

UACM

Universidad Autónoma
de la Ciudad de México

Nada humano me es ajeno

COLEGIO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

**La visita del Papa Francisco a México en el 2016, un análisis desde la agenda
de los medios de comunicación**

TRABAJO RECEPCIONAL

PARA OBTENER EL TÍTULO DE

LICENCIADA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

PRESENTA

MARÍA TERESA ROMANO SALDIVAR

DIRECTOR

Guilebaldo Fermín López López

Ciudad de México, Septiembre de 2019

SISTEMA BIBLIOTECARIO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO COORDINACIÓN ACADÉMICA

RESTRICCIONES DE USO PARA LAS TESIS DIGITALES

DERECHOS RESERVADOS[©]

La presente obra y cada uno de sus elementos está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor; por la Ley de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, así como lo dispuesto por el Estatuto General Orgánico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México; del mismo modo por lo establecido en el Acuerdo por el cual se aprueba la Norma mediante la que se Modifican, Adicionan y Derogan Diversas Disposiciones del Estatuto Orgánico de la Universidad de la Ciudad de México, aprobado por el Consejo de Gobierno el 29 de enero de 2002, con el objeto de definir las atribuciones de las diferentes unidades que forman la estructura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México como organismo público autónomo y lo establecido en el Reglamento de Titulación de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Por lo que el uso de su contenido, así como cada una de las partes que lo integran y que están bajo la tutela de la Ley Federal de Derecho de Autor, obliga a quien haga uso de la presente obra a considerar que solo lo realizará si es para fines educativos, académicos, de investigación o informativos y se compromete a citar esta fuente, así como a su autor ó autores. Por lo tanto, queda prohibida su reproducción total o parcial y cualquier uso diferente a los ya mencionados, los cuales serán reclamados por el titular de los derechos y sancionados conforme a la legislación aplicable.

Índice

Introducción	1
Capítulo 1. Construcción del objeto de estudio	5
1.1. Planteamiento del problema.	5
1.2. Objeto de estudio.	8
1.3. Justificación.	10
1.4. Antecedentes y contexto.	16
1.4.1. Visitas papales (1979 al 2005).	18
1.4.2. La Visita del Papa Francisco a México en el 2016.	37
1.4.3. Los medios de comunicación durante la visita del Papa.	41
1.4.4. La visita del Papa en las redes.	42
1.4.5. La situación de la prensa nacional en México en el marco de la visita papal de febrero 2016.	43
1.4.6. Panorama general de la situación en el país ante la visita del Papa Francisco.	48
1.4.7. La situación de la relación Iglesia y Estado.	59
Capítulo 2. Estado del Arte	66
2.1. Análisis del contenido de la prensa sobre agenda setting y opinión pública.	67
2.2. Investigaciones que denotan la relación entre el Estado y los medios de comunicación.	73
2.3. Investigaciones sobre el análisis de la relación iglesia católica, la prensa y el Estado.	76
Capítulo 3. La visita del Papa Francisco a México, una explicación teórica desde la Agenda Setting y el Análisis de Contenido	82
3.1. La Teoría de la Agenda Setting.	82

3.2. La Técnica de Análisis de Contenido.	93
3.3. El método cualitativo y sus características.	104
3.4. El método cuantitativo y sus características.	105
Capítulo 4. Propuesta Metodológica sobre el Fenómeno de la visita papal, un análisis desde la Agenda Setting	107
4.1. La técnica del Análisis de Contenido de Berelson sobre la visita del Papa.	110
4.2. La técnica del análisis de la Agenda Setting sobre la visita del Papa.	114
4.3. Sistematización de resultados del análisis de contenido de los periódicos.	118
4.3.1. Sistematización del Periódico <i>El Universal.</i>	118
4.3.2. Sistematización del Periódico <i>El Reforma.</i>	122
4.3.3. Sistematización del Periódico <i>La Jornada.</i>	126
4.4. Análisis de resultados.	130
4.4.1. Comparación del tratamiento de la información en los periódicos <i>Reforma, La Jornada y El Universal.</i>	130
Conclusiones	136
Bibliografía	141
Anexos	155
Tabla de análisis de contenido del periódico <i>El Universal.</i>	
Tabla de análisis de contenido del periódico <i>Reforma.</i>	
Tabla de análisis de contenido del periódico <i>La Jornada.</i>	
Documentos hemerográficos.	

Dedicatorias

Llena de satisfacción y esperanza por el esfuerzo y trabajo con que concluyo una de las metas más importantes en mi vida, dedico con cariño esta tesis a todos mis seres queridos.

Especialmente, a mi madre y a mi padre, quienes poseen un sentido único de la verdad y el amor, que con buenos sentimientos, hábitos y valores me han formado y mostrado el camino hacia la superación. Agradezco infinitamente su apoyo, pues han sido mis dos grandes pilares para seguir adelante.

A mi hermano, cómplice de esta aventura llamada vida y mi gran fuente de inspiración, amistad y amor incondicional.

A mi compañero canino que con ternura y lealtad me colmaba de alegría y paz en los momentos más estresantes y complejos de mi vida.

A mis amigos y amigas, quienes nunca dejaron de impulsarme y demostrarme que no se necesita una relación consanguínea para ser familia.

A la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, casa de estudios que me mostró un nuevo mundo en dónde fue posible desarrollarme de manera profesional y humana. Además del apoyo otorgado a la impresión y empastado de esta tesis.

A la vida por enseñarme a derrumbar obstáculos y darme las oportunidades para perseguir, para no desistir, para tocar mis sueños y anhelos que nacen de una búsqueda humana de la verdad y la libertad.

Introducción

En la actualidad es importante conocer el funcionamiento de los medios de comunicación masiva en la sociedad y tener claridad sobre la manera en la que inciden en las relaciones de poder, ya que éstos planean procesos de producción y estrategias para informar a las audiencias e introducir la tendencia dentro de la opinión pública de acuerdo al orden social dictaminado.

Para comprender y esclarecer el conocimiento del sistema de medios de un país existen una variedad de estudios que examinan y analizan los contenidos mediáticos, entre ellos la perspectiva teórica del establecimiento de la agenda conocida como Agenda Setting, que demuestra que la información a la que estamos expuestos día a día conlleva en ocasiones una carga editorializada de acuerdo al perfil de la empresa de medios. Con la que es posible dirigir selectivamente la atención de los ciudadanos y concebir distintas realidades en una sociedad mediatizada.

Por ende, son de vital importancia los análisis sobre el fenómeno de agenda mediática, ya que los procesos y tácticas que determinan el grado de importancia y valor en una noticia afectan a la sociedad induciendo interés en las audiencias por algún hecho y que en consecuencia pase desapercibido otro (en muchos casos temas sobre situaciones de crisis en un país son los que pasarán desapercibidos).

A partir de tal supuesto sobre el tránsito del sistema mediático y su condición de poder, surge la presente tesis como una investigación que se aborda desde la perspectiva teórica de la Agenda Setting y una metodología del Análisis de Contenido, con el objetivo de comprender cómo se posiciona un tema dentro de la agenda de los medios de comunicación masivos frente a un panorama de crisis en el país.

Para ello se analizaron tres diferentes periódicos de circulación nacional, como *El Universal*, *Reforma* y *La Jornada*. Los diarios se eligieron tomando en cuenta su perfil editorial. Este análisis se realizó del 12 al 17 de febrero del 2016, fechas durante las cuales se llevó a cabo la visita del Papa Francisco a México, que fue un tema destacado por los mass media, por lo que lo hace apto para el análisis de agenda en los diarios mencionados.

En esta explicación teórica desde la Agenda Setting se puede observar el comportamiento de los medios que se han analizado, desde la manera en cómo sobresalió el tema de la visita papal en los periódicos, hasta el tratamiento que dieron a la información marcando una dirección o tendencia en el acontecimiento.

Con respecto al planteamiento metodológico del Análisis de Contenido, éste nos permite ubicar aspectos que son relevantes para que la audiencia conozca del fenómeno, desde categorías imprescindibles que exhiben la clasificación de la información, la ubicación de las notas, los temas que tratan los mensajes registrados, los elementos gráficos, las secciones en donde aparecen las notas, la

inclinación positiva o negativa en la información, hasta los personajes o actores de los que se habla.

Este trabajo se desarrolla en los siguientes capítulos:

En el capítulo 1 se presenta el planteamiento del problema; los objetivos; la justificación y los antecedentes y contexto del objeto de estudio, en este último se describe el marco histórico en el que surgen las visitas papales en México, desde el año 1979 al 2005. Posteriormente se menciona el panorama general del país ante la séptima visita llevada a cabo por el Papa Francisco en el 2016, desde el comportamiento de los medios de comunicación durante la visita hasta la situación de la relación entre la Iglesia y el Estado.

El capítulo 2, corresponde al estado del arte, en este apartado se muestra un acercamiento a los estudios de Análisis de Contenido de la prensa, Agenda Setting, opinión pública, así como investigaciones que denotan la relación entre el Estado, los medios de comunicación y la iglesia católica.

Para comprender qué es la Agenda Setting y cómo los temas que publican los medios se transmiten a la audiencia, se presenta el eje central de la investigación, el Capítulo 3, que se conforma por el marco teórico que describe la teoría de la Agenda Setting de McCombs y Shaw, sus principales características y postulados teóricos que permiten el análisis del establecimiento de la agenda en el primer y segundo nivel. En el mismo bloque, se describen los inicios, la definición,

caracterización y pasos metodológicos de la técnica de Análisis de Contenido propuesta por Bernard R. Berelson; así mismo, se indican las particularidades del método cualitativo y cuantitativo.

En el capítulo 4 se encuentra la propuesta metodológica válida para el Análisis de Contenido comparativo de Agenda Setting en los periódicos seleccionados, tanto en su primer nivel de relevancia de la información noticiosa, como en el segundo nivel referente a los atributos (agenda de los atributos) que marcan la tendencia mediática que se transmite e influye a la agenda pública.

En este mismo capítulo se presentan los resultados obtenidos de cada periódico de manera cuantitativa y con elementos cualitativos, así como también la comparación entre las agendas de los diarios analizados de forma detallada y las apreciaciones finales que dieron cuenta de la estrategia de comunicación accionada por los medios, respecto a la relevancia del tema de la visita papal y sus atributos, respondiendo a las preguntas y objetivos de la investigación que se plantearon al inicio de este estudio.

Capítulo 1. Construcción del objeto de estudio

1.1. Planteamiento del problema

A finales del 2014 había en el mundo más de mil doscientos millones de individuos que decían ser católicos (según el anuario pontificio de 2016 publicado por el Vaticano con estadísticas referentes al año 2014), es decir el 17% de una población global de siete mil doscientos millones de personas (Organización de las Naciones Unidas, 2014); de todos estos católicos el 48% se localizaba en América, cifra que representa casi la mitad de miembros católicos en todo el mundo.

En datos del *Pew Research Center*¹, México es el segundo país con más fieles en el mundo después de Paraguay. De ciento diecinueve millones de mexicanos cerca del 83% se asumen como católicos (Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], 2010), un dato que si bien no es de extrañarse sí podría, de alguna manera, llegar a justificar la visita que realizara el Papa Francisco al territorio mexicano en el 2016, en donde la televisión y la prensa hicieron coberturas maratónicas mientras cientos de mexicanos se quejaban del evento en las calles y en las redes sociales.

La visita del Papa Francisco a México se llevó a cabo del 12 al 17 de febrero de 2016, durante esta estancia realizó recorridos en seis entidades de la República, incluyendo la Ciudad de México.

¹ “El Pew Research Center es una organización estadounidense que se encarga de realizar encuestas y análisis de opinión a nivel mundial” (Navarrete, 2016: 1).

El tema de la visita papal acaparó los medios de comunicación a nivel local y nacional: la prensa, la radio, la televisión y las redes sociales no pararon de dar información sobre el acontecimiento; Televisa y Tv Azteca, por ejemplo, realizaron programas especiales para su cobertura en tiempo real y transmitieron minuto a minuto, sin interrupción, el recorrido.

Cabe mencionar que la exclusiva del evento se les concedió sólo a dos televisoras, Televisa y Tv Azteca, dejando fuera a más de cuatro mil medios informativos que solicitaban acreditaciones para transmitirlo (Pacheco, 2016).

La crítica de la sociedad hacia los medios de difusión por tratar el evento como si fuera el acontecimiento del año no se hizo esperar, los comentarios al respecto se escuchaban en las calles en boca de los ciudadanos, pero también en Twitter, Facebook y otras redes sociales; así, la visita del Papa formó rápidamente parte de la lista de los *trendingtopics* a nivel nacional, con un *retuiteo* de dos mil treinta y dos impresiones, además de un video que criticaba la inversión pública en este evento, con un registro de uno punto ocho millones de visitas en tan solo cuatro días, le dio este estatus en las redes sociales (Cruz, 2016).

Respecto a cuánto se gastó el gobierno mexicano en organizar la visita, los medios se pronunciaron, de entre ellos, *La Jornada* refirió que hubo una derrama económica superior a dos mil quinientos millones de pesos en las siete regiones que visitará el Papa Francisco a partir del viernes (Quiroz, 2016: 1).

Sobre esta misma línea, una parte de la población mexicana se negaba a cubrir los gastos que ocasionaría dicha visita: “Un 65% de los mexicanos está en contra de que la iglesia católica pida dinero para cubrir los gastos de la visita del Papa Francisco a México, esto tras la colecta propuesta en noviembre pasado en la Conferencia del Episcopado Mexicano (CEM) “para adecuar los espacios” que visitará el pontífice, de acuerdo con una encuesta de Parametría” (Redacción Animal Político, 2016: 1).

Ante este panorama, y más allá de indagar por qué la televisión dio tanta difusión a un evento tan criticado por la población o por qué la prensa le cedió grandes espacios en sus páginas, es importante comenzar por conocer los contenidos que se presentaron sobre el tema en los medios de comunicación, en este caso en la prensa, y es que a partir de ello se podrá tener una visión más amplia del comportamiento de los medios ante estos eventos, que sin duda evidencian la manera en cómo se emplea en la agenda mediática un fenómeno de esta naturaleza en un país donde, se dice, la iglesia católica ha perdido más de diecisiete millones de devotos en los últimos sesenta años² (INEGI, 2010).

² En encuestas revisadas por el diario universal se detectó que el número de personas declaradas no católicas creció, revela que en el año 2000 estas personas representaban el 12% de la población; en el 2010 la cifra crece a 17% y en el 2014 alcanzó el 20%. De la misma manera, en la Encuesta Nacional de Cultura y Práctica Religiosa del 2014, el Instituto Mexicano de la Doctrina Social Cristiana (Imdosoc), señaló que ocho de cada diez mexicanos se consideran católicos, es decir, ochenta y nueve millones, y veintitrés millones dicen ser de otra religión. (Siscar, 2014)

El último censo de la población del Instituto Nacional de Estadística y Geografía, declaró que el porcentaje de población católica hace quince años era 88%, bajando este porcentaje a 82.9% actualmente. (INEGI, 2010). Así, el número de mexicanos que se dicen católicos ha disminuido y ha aumentado el número de personas que se declaran simpatizantes de otras religiones.

Bajo este contexto es que surge el tema de estudio de esta investigación: *La visita del Papa Francisco a México en el 2016, un análisis desde la agenda de los medios de comunicación*, del cual parte la construcción del objeto de estudio que se presenta en el siguiente apartado.

1.2. Objeto de estudio

Pregunta General

¿Cómo se agenda la visita del Papa Francisco a México en el 2016 en la agenda de los medios de comunicación?

Preguntas particulares

¿Cómo se agenda en la prensa nacional el fenómeno de la visita del Papa Francisco a México en el 2016?

¿Cómo el fenómeno de la visita del Papa Francisco a México en el 2016, como tema de agenda, tiende a opacar otros asuntos de interés social, político o económico en el país?

¿Cómo discursan los actores sociales sobre el fenómeno de la visita del Papa Francisco a México en la agenda de los medios?

¿Cómo representa la prensa nacional la relación entre la iglesia católica y el gobierno en su cobertura durante la visita del Papa Francisco a México?

¿Cuál es la diferencia entre las tendencias que existen en el posicionamiento de la agenda según la prensa en la ciudad?

Objetivo General

Conocer la forma en que se agenda la visita del Papa Francisco a México en el 2016 en la agenda de los medios de comunicación.

Objetivos Particulares

Analizar la forma en que se agenda en la prensa nacional el fenómeno de la visita del Papa Francisco a México en el 2016.

Identificar la forma en que el fenómeno de la visita del Papa Francisco a México en el 2016, como tema de agenda, tiende a opacar otros asuntos de interés social, político o económico en el país.

Identificar la forma en que los actores sociales discursan sobre el fenómeno de la visita papal a México en el 2016 en la agenda de los medios.

Conocer la forma en que representa la prensa nacional la relación entre la iglesia católica y el gobierno en su cobertura durante la visita del Papa Francisco a México.

Conocer la diferencia entre las tendencias que existen en el posicionamiento de la agenda según la prensa en la ciudad.

1.3. Justificación

Hoy en día, los estudios sobre la comunicación advierten que gran parte de lo que creemos, pensamos, vivimos y hasta la forma en que nos relacionamos con los demás está influenciada de manera directa por los medios de difusión³, lo que significa, en definitiva, que estos actúan como un factor determinante en la conformación del imaginario social, por lo tanto, se crean realidades no sólo por las instancias sociales como la Iglesia, el gobierno, la escuela y la familia, sino también en conjunto con ellas influyen los medios de comunicación de masas que moldean la perspectiva de los actores sociales; todo esto se traduce en una realidad en donde existen dominantes y dominados.

(...) el poder se centraliza en una fracción minoritaria de la población que se encarga de elaborar discursos que justifiquen el orden social que prevalece y por ende decide acerca de la realidad. La contribución de los medios e imaginarios en este punto, es legitimar cierta ideología que evite generar prácticas o movimientos de transformación que pongan en peligro la organización existente en las sociedades. En este sentido la difusión de los mensajes producidos por los *mass media* tiene la peculiaridad de repetir una y otra vez la misma información con el empleo de diferentes recursos que aminoren esta igualdad; caracterizados por emitir productos redundantes, colaboran entonces en la realización y distribución de lo que se conoce

³Lozano (2007) y Sartori (2006), por ejemplo, afirman que hoy en día la televisión proporciona la mayor parte de la realidad que las personas conocen.

como discurso autoritario, consistente en "la ideología dominante que la clase en el poder utiliza para homogeneizar la sociedad (Prieto, 1991 en Moreno, 2002: 4).

En este sentido, la prensa, como medio de difusión, además de ser un negocio es un medio que influye en sus lectores orientándolos de manera cultural e ideológica, pues argumenta en sus contenidos, compara y se contrapone. Se puede decir que el medio da una visión distinta de los acontecimientos debido a su postura política ante las fuerzas que gobiernan al país: izquierda, derecha y centro, y que sus contenidos se rigen bajo diferentes variaciones y compiten por defender sus posturas políticas e ideológicas sobre los acontecimientos sin ser totalmente censuradas como lo son otros medios de comunicación que no se consideran independientes, es decir, se expresan a partir de la autorización de un régimen totalitario, pues los diarios son usados en muchas ocasiones para fines políticos denotándolo en sus publicaciones comunes.

Para poder conocer el sistema político que rige a una sociedad es necesario conocer primero a los medios de difusión que accionan en dicha sociedad, ya que hoy en día estas dos entidades están involucradas dentro del mismo sistema. José Carreño Carlón, en su libro *Para entender los medios de comunicación*, señala al respecto: "El conocimiento del sistema de medios de un país puede ser, en la actualidad, el hilo conductor para establecer la verdadera naturaleza de su Estado, de su sistema de partidos políticos y del patrón de sus relaciones entre los intereses de sus estructuras económicas y políticas, así como el desarrollo de su sociedad civil" (Carreño, 2007:9).

Por ende, los medios tienen el poder de configurar la versión que desean y de ser la fuente principal para influir en lo que las personas consideran “lo importante” u opinión dominante en un momento determinado, para así orientar la voluntad de la gente hacia ciertos intereses políticos y económicos.

Sobre esta misma línea, Carreño menciona que los medios definen la agenda del debate público, pero las fuentes de información actúan antes controlando y enlistando los hechos que serán difundidos a través de los medios en el debate público. “Entre estos definidores primarios aparecen los exponentes de los poderes estatales (Ejecutivo, Legislativo y Judicial); los portavoces empresariales, sindicales y religiosos, así como de los partidos políticos, las organizaciones sociales, los claustros académicos y, entre otros, los liderazgos intelectuales, culturales, deportivos y del espectáculo” (Carreño, 2007:21).

Cada una de estas organizaciones intenta ganar espacio dentro de los medios ya que estos en cuánto más atención y difusión le dan a un acontecimiento o hecho, mayor es la importancia de los consumidores de los medios orientando sus decisiones, comportamiento y conversaciones habituales. Es decir, el interés de los definidores primarios radica en la interpretación del público sobre los mensajes de los medios en cuanto a los intereses de quien los envía.

David Morley (2008), en su libro *Medios, modernidad y tecnología. Hacia una teoría interdisciplinaria de la cultura*, reflexiona sobre la modernidad enfocada a la identidad individual y colectiva desde la vivencia cotidiana, a partir de una dimensión

simbólica y doméstica. Explica que la tecnología ha generado nuevas formas de accionar en el desarrollo contemporáneo, se remite a una dimensión simbólica de esa tecnología inserta en el diseño del hogar.

Es decir, la tecnología realmente conformará y determinará la vida de las personas, tal y como los nuevos medios de comunicación y los diversos aparatos necesarios para cubrir las necesidades diarias; como la televisión, que provee discursos en su programación, funciona como un modo de institucionalización de producción repleta de significados simbólicos:

En primer lugar, debemos reconocer que la televisión y la casa se han redefinido mutuamente con el paso del tiempo. Si bien la forma actual en que se ha institucionalizado la tecnología de la televisión, como sistema de emisión relativamente centralizada a una multitud de receptores individuales en los hogares, ahora está tan naturalizada que la consideramos inevitable, (...) (Morley, 2008: 226-227).

Por consiguiente, Morley, aporta una reflexión importante respecto a los rituales en la sociedad tecnológica, señala a partir de Bausinger que algunos medios, como el periódico o el correo electrónico funcionan como un ritual que establece de alguna manera el orden del mundo del lector, si alguno de estos medios no funcionara, entonces se interrumpiría el ritual cotidiano de bienestar del sujeto:

Lo más importante es que, en ese momento, el ritual cotidiano de confirmación de la participación y la pertenencia de uno a una comunidad más amplia, tecnológicamente mediada, se ve interrumpido. Como dice Elaine Lally, nuestra sensación de seguridad en un mundo complejo depende cada vez más de nuestra confianza en que la tecnología funcione como se espera. Por lo tanto, las desafortunadas técnicas, como los fallos del sistema, pueden provocar no sólo

sentimientos de frustración y rabia, (...) sino también (...) un ataque contra nuestra seguridad ontológica (Morley, 2008: 291-292).

Por lo tanto, los medios de información se han convertido en una necesidad constante del sujeto para el bienestar individual y social.

Esta postura es, en gran medida, la que fundamenta la importancia de esta investigación, es decir el hecho de que la prensa, como medio de comunicación, siga siendo actor relevante en la creación y recreación del imaginario social a través de sus contenidos y al respecto de un tema tan controversial como lo es la relación Iglesia, gobierno y medios de comunicación. Por lo tanto, pese al auge de las redes sociales en los últimos años, la prensa sigue siendo el lugar público donde la ciudadanía accede a gran parte de la información y a partir de ahí se genera la opinión pública.

Entonces ¿cómo se agenda el tema de la visita del Papa Francisco a México en el 2016 en la agenda de los medios de comunicación? En definitiva, conocer la respuesta a esta pregunta ayudará a comprender el papel de los medios de difusión ante un acontecimiento que se vuelve agenda mediática desde una perspectiva más actual; es decir, desde un momento donde la prensa está migrando del papel a los medios digitales, donde el tiraje de los tabloides ha disminuido⁴, donde la iglesia católica ha perdido entre diecinueve y veintitrés millones de devotos (Siscar, 2014),

⁴ Juliana Castellanos (2011), señala que: "La prensa es el primer medio de comunicación que la gente vio migrar a la red. En los inicios de este movimiento, periodistas y editores propendieron por hacer el trabajo fácil y se limitaron a llevar la información del impreso al canal electrónico" (Castellanos, 2011:.2).

donde otras religiones están ganando terreno entre la población⁵, pues la Iglesia como institución está desprestigiada por temas que la involucran como el abuso sexual y la pederastia de los sacerdotes contra sus feligreses; el caso del sacerdote Marcial Maciel por acusaciones de pedofilia, en donde la sede pontificia encubrió desde 1943 documentos sobre las conductas y agresiones del religioso, por mencionar algún ejemplo.

En otro sentido, ¿por qué es importante hacer una investigación de esta naturaleza?, los datos que se arrojen a través de la presente investigación podrán ser empleados en otras investigaciones para complementar los distintos estudios que nos permitan obtener conocimiento o tener una visión más amplia sobre cómo un evento público se vuelve parte de la agenda de los medios de comunicación, a partir del papel que éstos juegan a nivel social, político y económico, sus movimientos estratégicos antes, durante y después de un acontecimiento en específico como lo es en este caso la visita papal.

Dichos datos nos permitirán conocer como los medios agendan temas que consideran deben ser de interés para la población, como la visita del Papá Francisco a través del contenido mediático, saber qué se dijo sobre dicho evento, analizar el papel que juega la prensa hoy en día y su relación con las instituciones del poder,

⁵ En la Encuesta Nacional de Cultura y Práctica Religiosa (2014) que realizó el Instituto Mexicano de la Doctrina Social Cristiana (Imdosoc) en el 2013, indicó que veintitrés millones de mexicanos profesarían otra religión o ninguna. (IFE, 2014). Entre estas creencias que se vienen abriendo paso y creciendo se registran: pentecostés; bautistas; presbiterianas; espiritualistas; ortodoxas; adventistas; luteranas; judías; budistas; metodistas; de la Luz del Mundo; científicas cristianas; hinduistas; de los testigos de Jehová; krhisnas; islámicas; anglicana; mormones y del Ejército de Salvación.

como la Iglesia y el gobierno. Ya que los medios toman decisiones al establecer la agenda mediática, y dan preeminencia a aquellos temas que no son de interés para la población para así configurar la opinión pública a partir de su cobertura y sus narraciones, de esta manera, se pretende conocer cómo estos temas se agendan sin que tengan relevancia en las personas.

Además, esta investigación se considera importante pues no existe un número considerable de estudios sobre el tema de la religión y los medios comunicativos, a partir de los cuales se realicen un análisis sobre los contenidos mediáticos de un evento público que se vuelve agenda, lo que conlleva a un objetivo específico dentro de un panorama social complejo que remite a ciertas problemáticas que aquejan a nuestro país y que se desencadenan a partir de las decisiones en conjunto de las instituciones que mantienen un tipo de relación de poder, como lo son la Iglesia, el gobierno y los *mass-media*.

1.4. Antecedentes y contexto

Según datos del Sistema Informativo de la Arquidiócesis de México (SIAME)⁶, México, al lado de Francia, Polonia, Alemania, España, Brasil y los Estados Unidos, es uno de los países que más ha sido visitado por los máximos

⁶ El SIAME, es una agencia virtual de noticias católicas a nivel nacional e internacional, la cual informa a la sociedad sobre los acontecimientos religiosos de la Arquidiócesis de México y de la iglesia católica.

representantes de la iglesia católica y ha recibido en suma siete visitas de líderes religiosos: Juan Pablo II, Benedicto XVI y Francisco.

Cabe señalar, que a finales del año 1976 México enfrenta una crisis económica en términos de inflación, las problemáticas más fuertes radican en “el empleo, el valor de la moneda, la migración del campo a las ciudades y a los Estados Unidos de Norteamérica, el monto del salario y el costo de la canasta básica, que presentaron variaciones que van en perjuicio de la clase trabajadora” (Jiménez, 2006: 1). Esta crisis surge debido al agotamiento del modelo de crecimiento económico, en que el aumento del gasto público, la dependencia petrolera y la fragilidad financiera fueron causas fundamentales para el advenimiento de la crisis mexicana.

Dentro de este contexto, se lleva a cabo la primera visita del Pontífice a territorio mexicano, en un panorama en donde miles de trabajadores iniciaron huelgas permanentes como forma de protesta ante la visita; en el entorno mexicano se concibe un desgarramiento interno que yace de una problemática interna grave que sitúa al país en un estado conflictivo en donde la violencia y la explotación de las clases trabajadoras predomina, por ende, la desigualdad social se configura entre estas masas de trabajadores y la elite de poder.

1.4.1. Visitas papales (1979 al 2005)

Primera visita de Juan Pablo II, año 1979

En 1978 Juan Pablo II llega al pontificado, ocupó el cargo por más de 26 años hasta su muerte en el 2005. Este Papa pisó territorio mexicano en cinco ocasiones, la primera visita duró seis días, del 26 de enero al 1 de febrero de 1979, en este periodo gobernaba el presidente José López Portillo, quien aclaró a los medios que no recibió al líder religioso como jefe del Estado del Vaticano, sino como “visitante distinguido”, ya que no había sido invitado por el gobierno pues las relaciones diplomáticas entre los estados no se habían establecido.

Nora Pérez Rayón, en su artículo *Juan Pablo II y México. ¿Una relación especial en el contexto mundial?*, se puede mencionar que, en el año 1979, en México el 90% de su población era católica, dato que demuestra porqué para el Vaticano el país era considerado como uno de los países líderes para dicha religión (Rayón, 2015: 5). Además, las visitas pastorales siempre han sido acontecimientos de impacto social y político que funcionan a partir de la intervención en lugares clave que han capitalizado los medios de comunicación y el paradigma político.

La autora señala que la capacidad de convocatoria que tenía la figura del Papa era sorprendente, pues se llevó a cabo una participación masiva inesperada y sobre todo, voluntaria de la población perteneciente a distintos niveles sociales. Esta participación, se debió en gran medida a la difusión y promoción de los medios de

comunicación masivos. Entre las principales audiencias a las que se dirigió Juan Pablo II, estaban campesinos y obreros, los oyentes quedaron encantados con el personaje que se les presentaba, se trataba de un actor con personalidad carismática que se comunicaba en diversas lenguas y públicos, despertaba emociones, por lo que se le consideraba un actor político clave para el Vaticano (Rayón, 2015: 6-8).

El contacto con millones de fieles que lo acompañaron y lo aclamaron durante el trayecto por la ciudad de México, Monterrey, Guadalajara y Oaxaca; así como los medios de comunicación volcados a la transmisión de los eventos donde se acuñaron frases como “México siempre fiel” o “Juan Pablo II te quiere todo el mundo”, fueron experiencias que confirmaron la importancia del contacto directo con el referente de lo sagrado para una mayoría de las sociedades que se reclaman modernas o en proceso de modernización (Rayón, 2015: 7).

Con la primera visita de Juan Pablo II se mostró la fuerza que obtenía la iglesia católica cuando actuaba junto con los medios de comunicación de masas, por lo tanto, Rayón explica que la Iglesia comenzó a actuar con una postura un tanto amenazante hacia el Estado con el objetivo de emprender un cambio a nivel jurídico. (Rayón, 2015: 8).

Cabe señalar que la primera visita papal, es un hecho importante, pues a partir de ésta se restablecen las relaciones entre la iglesia católica y el Estado mexicano a fines del siglo XX.

Por otro lado, en ese momento, la agenda de los medios se conformaba a partir de algunos temas, desde las desapariciones de 314 personas desde 1971 a 1979; las

decisiones del movimiento obrero; la visita de James Carter a México, Presidente de Estados Unidos, para tratar temas relacionados sobre el petróleo con el presidente López Portillo; paros en 22 universidades del país en apoyo a los trabajadores; diversas menciones sobre el restablecimiento de las relaciones diplomáticas entre México y la iglesia católica; el Papa y la cristiandad, entre otros temas⁷.

Cabe resaltar que durante la semana de la visita del Papa, en el periódico *El Universal* sus primeras planas y gran parte de su contenido total se mostraba repleto de noticias acerca del pontífice y sus quehaceres, entre los titulares de las portadas de esa semana se encontraban: “Humilde, bendijo y besó tierra de América”⁸; “El fervor hizo arrodillar a millones”⁹; “Aprendan a vivir en paz, gobernantes y súbditos”¹⁰; “América Latina, continente de la esperanza”¹¹; “El Papa, voz de los débiles de todo el mundo”¹²; “Me duelen la Injusticia, la violencia y el odio”¹³. Por lo tanto, se puede pensar que la postura del periódico en ese entonces apoyaba de manera positiva el tema religioso y al pontífice.

De esta manera, Rayón señala que en los medios se podrían encontrar distintas posturas, desde la crítica anticlerical, hasta la complacencia desmedida por la visita del Papa; sin duda una crítica importante ante este acontecimiento fue la que

⁷ Periódico *El Universal* (1979) Semana del 1 al 31 de enero. México D.F.

⁸ Periódico *El Universal* (1979). Primera plana, número 22, 481. 26 de enero, México D.F.

⁹ Periódico *El Universal* (1979). Primera plana, número 22, 482. 27 de enero, México D.F.

¹⁰ Periódico *El Universal* (1979). Primera plana, número 22, 483. 28 de enero, México D.F.

¹¹ Periódico *El Universal* (1979). Primera plana, número 22, 484. 29 de enero, México D.F.

¹² Periódico *El Universal* (1979). Primera plana, número 22, 485. 30 de enero, México D.F.

¹³ Periódico *El Universal* (1979). Primera plana, número 22, 486. 31 de enero, México D.F.

cuestionaba la laicidad del Estado mexicano. La autora señala que la presidencia de López Portillo rara vez fue criticada por los medios, por lo tanto, se observaba el control político sobre los medios.

Sobre esta misma línea, en cuanto a la planeación mediática y la agenda, en el periódico *El Universal*, el 16 de enero de 1979 (diez días antes del evento), ya se podía observar información acerca de la visita del Papa, en donde las publicaciones revelaban el interés mediático en difundir cómo el Presidente recibiría al Pontífice en México, exponiendo indicadores claves de la manera en que los medios habían decidido expresarse acerca de la visita papal.

Por ejemplo, ese mismo día en primera plana aparece la siguiente mención sobre la llegada del Papa:

Dará la bienvenida JLP al Papa en el Aeropuerto

Se hizo hincapié en que el Jefe del Ejecutivo de México recibiría al Santo Padre “única y exclusivamente por tratarse de un visitante distinguido, además de que es representante de 700 millones de católicos del mundo (Núñez, 1979: 1).

Dicha mención se desarrollaba dentro de la primera sección del periódico:

Bienvenida, JLP y Juan Pablo

El jefe de la casa recibe y da la bienvenida al huésped distinguido, cosa que es de elemental educación, pues nadie entra a una casa sin ser admitido o invitado, ni tampoco el jefe de la casa se hace el desentendido cuando se trata de una persona que tiene significación. Recibirlo y saludarlo no es en forma algún acto político, ni tampoco un acto religioso, simplemente es un acto protocolario, pues quien visita el país es un jefe de Estado, independientemente de su carácter de director de la Iglesia que más adeptos tiene en toda la América Española. (...)

Existen países o estados con los que México no tiene relaciones diplomáticas. Sin embargo, si el jefe de uno de esos estados decidiera visitar nuestro país, el Presidente de la República se vería obligado a saludarlo personalmente y darle la bienvenida, puesto que, como dijimos al principio, esto es un acto elemental de cortesía protocolaria. (...)

Si uno de los pasos más importantes en la historia de nuestra República, fue la decisión del presidente Benito Juárez de separar a la Iglesia del Estado, ya que esto afirmó definitivamente nuestra nacionalidad, pues debido a circunstancias históricas que no podemos recordar aquí por la brevedad del espacio, la unión entre ambos había producido una serie de intromisiones de la Iglesia en los asuntos del gobierno civil y de éste en los asuntos de aquélla, que eran verdaderamente nocivos para ambas partes, sin embargo, superada esta situación hace ya más de cien años, carece de razón que se siga proclamando no una separación, sino un antagonismo entre el Estado y la Iglesia, pues la sola visita del Papa a México será una comprobación auténtica de que la gran mayoría de los mexicanos son adictos a la iglesia católica, aun cuando dentro de ese número, la mayoría de ellos sean simplemente fanáticos guiados por una simbología que satisface sus necesidades religiosas(...) (Núñez, 1979: 4).

Por ende, las publicaciones que difundió el periódico *El Universal* durante el mes de enero de 1979, en su mayoría explicaban el motivo de la visita del Papa Juan Pablo II a México, con una agenda enfocada en la evangelización a partir de la inauguración de la Tercera Conferencia General del Episcopado Latinoamericano, la esperanza y la consolidación de un pacto de fidelidad con el pueblo de México. Así, el 2 de enero de 1979, el diario *El Universal* dejaba ver en su contenido la siguiente información:

- Su santidad el Papa Juan Pablo II saluda a los peregrinos cuando llega ayer, a la Basílica de San Pedro para presidir la ceremonia del día mundial de la Paz.
- El Papa Juan Pablo II sostiene en sus brazos al bebé Mauro Buonifante.
- Oraciones especiales para lograr la paz en el cono sur y Líbano.
- Cambios de la Iglesia. (Reyes Fuentes).
- La guerra cristera- Porfirio Díaz jamás.
- La visita del Papa dará gran proyección a Puebla: Canaco (Ealy, 1979).

El itinerario del Papa consistió en la visita a la Catedral Metropolitana, Puebla, Oaxaca, Guadalajara y Monterrey. En Puebla Juan Pablo II inauguró los trabajos de la Tercera Conferencia General del Episcopado Latinoamericano; se calculó una asistencia de quince millones de católicos mexicanos en este estado; en Oaxaca se reunió con comunidades indígenas, en Guadalajara con obreros y sus familias y en Monterrey con campesinos, obreros y empleados. (Louvier, 2015).

Los medios de comunicación radio, televisión y prensa, transmitieron en vivo y en cadena nacional las ceremonias religiosas que se llevaron a cabo durante la estadía del Papa Juan Pablo II, obteniendo el rating más grande de radio y televisión en la historia de México, el cual superó los ratings de las telenovelas mexicanas; debido al éxito obtenido durante estas transmisiones, este tipo de cobertura y difusión se repitió en las visitas posteriores del Papa. (Fregoso y Gaytán, 2002: 6).

Por ende, antes, durante y después de la primera visita se pudieron observar distintas publicaciones en los diarios sobre la estancia del Pontífice en México.

Segunda visita de Juan Pablo II, año 1990

Once años después, del 6 al 13 de mayo de 1990, Juan Pablo regresa a México, fue recibido en esta segunda ocasión en el aeropuerto internacional de la ciudad de México por el presidente Carlos Salinas de Gortari, quien tuvo una reunión privada con el líder religioso en la residencia oficial de los Pinos. “Se calcula que la reunión privada del mandatario mexicano y del Papa Juan Pablo II durará aproximadamente una hora, en la que sostendrán una plática informal. Será una visita de cortesía”, se informó”. (Ramírez y García, 1990: 8)

El Pontífice visitó distintas entidades de la República Mexicana, desde la ciudad de México, Valle de Chalco Solidaridad, Veracruz, Aguascalientes, San Juan de los Lagos, Chihuahua, Monterrey, Tuxtla Gutiérrez, Villahermosa y Zacatecas. De igual manera que en la primera visita, millones de mexicanos recibieron al pontífice.

Después de la crisis más severa que enfrentó México en 1982, en donde se concibe una economía cerrada, inflación de casi 100%, se emprende una reestructuración del Estado y se hacen negociaciones sobre la deuda externa reduciendo el capital. En septiembre de ese mismo año, el presidente López Portillo, meses antes de terminar su gobierno, decretó la nacionalización de los bancos.

Posteriormente, comienza el mandato del presidente Miguel de la Madrid, en donde se enfrentó a dicha crisis e inició la transformación del modelo de desarrollo económico de México.

La Crisis Petrolera de 1982 a la postre significó el término del Estado de Bienestar y el arribo del llamado neoliberalismo, acarreado un proceso sin precedentes de deterioro de los niveles de vida de las masas obreras y campesinas y que perdura hasta el momento. En octubre de 1987: ocurre una caída del Dow Jones, lo que se refleja en la economía mundial, llamado ‘Lunes Negro’ –‘Black Monday’ para los anglosajones- que todavía retumba en las memorias de millones de norteamericanos (“La crisis petrolera...”, 2015: 13).

Por consiguiente, en 1990, el presidente Salinas puso en marcha la reforma constitucional en relación con las creencias religiosas, con un discurso de modernización en donde promocionaba la reconciliación nacional. “Le interesaba el control jerárquico sobre algunas manifestaciones clericales críticas de su proyecto modernizador, que pudieran devenir en movimientos sociales de protesta” (Rayón, 2015, p.10). El 21 de septiembre de ese año se reanudan las relaciones entre el gobierno mexicano y la Santa Sede.

Entonces, el panorama que conformaron los medios reside en un nuevo trato con la santa sede, en donde se comenzó a dar difusión a los discursos diplomáticos que emitía el Papa. “Durante su estancia en México y la gran movilización popular que suscitó, proyectó nuevamente la religiosidad al ámbito público, al mismo tiempo que impulsó su agenda política y cultural” (Rayón, 2015:10).

Entre los temas que aparecían en la agenda de los medios junto con la visita del pontífice y las menciones sobre el entendimiento entre el Estado de México y la Iglesia, se encontraban: el acuerdo entre PRI y PAN sobre la iniciativa de

desnacionalización de la banca; la pobreza en voz de Juan Pablo II; México primer prestatario del Banco Mundial; la CFE necesitará 42 billones en 1990-94; informes sobre inflación del Banco de México; el secuestro de Leonel Godoy; la identidad del mexicano a partir de la visita del Papa; Letonia declara restaurada su independencia de la URSS; Advierte Cuba sobre una probable agresión de EU, entre otros¹⁴.

Entre algunos acontecimientos importantes que se presentaron durante este periodo fueron: la creación del Instituto Federal Electoral (IFE); la alianza de los partidos políticos para la aprobación del Nuevo Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; la privatización de Telmex y algunas autopistas; se forma la Comisión Nacional de Derechos Humanos; los movimientos magisteriales, de los ferrocarrileros y los de trabajadores del IMSS, entre otros.

Tercera visita de Juan Pablo II, año 1993

Tiempo después, del 11 al 12 de agosto de 1993 el Papa realizó una tercera visita, con una duración corta a Yucatán, llegó al aeropuerto de Mérida en donde fue recibido por el Presidente en turno, Carlos Salinas de Gortari, en esta visita, a diferencia de las anteriores, el Papa es recibido como Jefe del Estado debido al establecimiento de relaciones diplomáticas. En este contexto, los medios comienzan a difundir información referente a dicho establecimiento:

¹⁴ Periódico *La Jornada* (1990) Primera plana, semana del 6 al 12 de mayo. México D.F

“Se modificaron los artículos 3º, 5º, 24º, 27º y 130º; la Ley de Asociaciones y Culto Público se publicó en el Diario Oficial el mismo año, y se acordó el establecimiento de relaciones diplomáticas entre México y el Vaticano” (Rayón, 2015: 12). Durante estos días el periódico *La Jornada* publicó los siguientes títulos referentes a la visita del Papa¹⁵:

- El Papa se reunió con los representantes de 537 etnias.
- Vida digna para el indio, clama el Papa.
- El Papa y los derechos indígenas.
- Recibirán hoy al Papa los líderes de todos los partidos políticos.

Entre los temas que se agendaron junto con esta tercera visita papal en la prensa, se mostraban: la modificación de ocho artículos para dar pauta a la reforma electoral; el penacho de Moctezuma y diez mil objetos prehispánicos son admirados en Europa; el tratado de libre comercio (TLC) y la inmigración ilegal masiva hacia Estados Unidos; el Papa y los derechos indígenas¹⁶.

Durante este periodo, algunos hechos relevantes que se presentaron fueron: la aprobación de la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLC); se privatizan dos canales de televisión, la Compañía Operadora de Teatros y los estudios de cine América; se difunde al candidato del PRI Luis Donaldo Colosio para la presidencia de la República; el resultado a favor de convertir al DF en el estado 32; asesinato del cardenal Juan Jesús Posadas Ocampo en una balacera entre narcotraficantes, entre otros hechos.

¹⁵ Periódico *La Jornada* (1993) Primera plana, 11 y 12 de agosto, México D.F

¹⁶ Periódico *La Jornada* (1993) Primera plana, 11 y 12 de agosto, México D.F

La cobertura del caso Posadas mostró el creciente y constante interés de los medios de comunicación por hacer de la jerarquía eclesiástica un interlocutor privilegiado sobre todo tipo de problemas, así como el objetivo de la iglesia católica por estar presente en todos los foros “orientando” la opinión pública y exigiendo a las autoridades el cumplimiento de obligaciones y demandas (Rayón, 2015: 14).

Cuarta visita de Juan Pablo II, año 1999

Del 22 al 26 de enero de 1999 se lleva a cabo la cuarta visita del pontífice, invitado en ese entonces por el presidente Ernesto Zedillo Ponce de León, quien recibió al líder religioso como Jefe de Estado. De igual manera a las visitas anteriores, el Papa concibió una concentración masiva de católicos mexicanos con el objetivo de entregarles las conclusiones de la Asamblea Especial para América del Sínodo de los Obispos presentes en la exhortación eclesial en América.

Por otro lado, un acontecimiento importante que ocupó en poco tiempo un espacio importante en los medios de difusión fue el zapatismo, un movimiento que tuvo la capacidad de difundir sus ejercicios a partir de los medios en un panorama de globalización en donde se concibe la apertura comercial, el tratado de libre comercio, privatización, modernización económica, la desnacionalización de servicios y empresas estatales, normalización democrática, etcétera. (Tapia, Aguilar y González, 2014).

Sin embargo, la mayoría de los medios de difusión hicieron lo posible por invisibilizar o minimizar al movimiento desde que el Ejército Zapatista de Liberación Nacional

(EZLN), una organización mexicana en sus inicios militar de carácter político libertaria conformada por indígenas de Chiapas que mostraban descontento ante la explotación y marginación que imponían sobre ellos, declaró la guerra al gobierno en enero de 1994.

Ante ello, Raúl Trejo (1994) en su texto *Chiapas la comunicación enmascarada (1994)*, describe el comportamiento de los medios de difusión ante el caso EZLN, un claro ejemplo de cómo se intenta posicionar la agenda de los medios en ese entonces:

(...) no consideraban al levantamiento en Chiapas suficientemente interesante para ser noticia principal. *El Financiero* y *El Universal*, privilegiaron otros asuntos. El primero de ellos, encabezaba "Condicionan acceso de la banca extranjera" y sólo en una nota de importancia secundaria, aunque en primera plana, se podía leer "Indígenas armados toman cinco poblaciones en Chiapas". *El Universal*, dedicaba sus ocho columnas a una curiosa profecía de la jerarquía de la iglesia católica: "Será 94 un año difícil en lo político y lo económico" y, pese al lugar común allí recogido, de acuerdo con una declaración del arzobispo Ernesto Corripio, pareciera referirse, indirectamente, a los acontecimientos del sureste mexicano. En su cintillo de portada, este diario informa: "Ocupan grupos indígenas armados ocho poblaciones en Chiapas". Una fotografía muestra a miembros del EZLN en San Cristóbal. *El Nacional*, en su primera plana, muestra una fotografía del Papa Juan Pablo II, referida a otro asunto, abajo de la cabeza principal, que dice: "Rechazan sociedad, Iglesia y gobierno uso de violencia"; además, informa de las primeras reacciones sobre la insurrección. Otras cabezas, son similares, aunque con algunas diferencias entre ellas. *Excélsior*: "Toma el EZLN 4 poblados en Chiapas; cordura, pide la SG". *Ovaciones*, en la portada de su sección azul rompía la costumbre de ocuparse de temas deportivos para decir: "Rebelión armada en Chiapas" y, en un balazo, "Cuatro municipios ocupados". *unomásuno*, por su parte, informaba: "Violenta toma de 5 alcaldías por un grupo armado en Chiapas; 11 muertos". La Jornada: Sublevación

en Chiapas", debajo de un balazo que rezaba: "Cuatro municipios ocupados". Con mayor o menor detalle (desde ese día *La Jornada* se distingue por transcribir completos los documentos del Ejército Zapatista) (Trejo, 1994: 6).

Por su parte, la Iglesia se manifestó desde el inicio del conflicto sobre la guerra en Chiapas, dejando claro que no estaba a favor de la violencia, de esta manera funcionarios de la iglesia católica optaron por intervenir en la situación:

(...) propusieron un plan de tres puntos: cese al fuego y respeto a la vida, liberación de los secuestrados y deposición de las armas, respeto a la legalidad y a los derechos humanos y, por último, diálogo para la atención de los problemas sociales. Todos los diarios consignaron la petición de, según se dijo, diversos sectores de la sociedad chiapaneca para que la Iglesia intercediera a fin de buscar una solución pacífica (Trejo, 1994: 10).

En 1999, año en que se lleva a cabo la cuarta visita del Pontífice, el gobierno encabezado por Zedillo atentó contra el Ejército Zapatista de Liberación Nacional EZLN, ante este suceso, hubo una crítica importante en contra del Estado y los medios de difusión por tratar de ocultar el asesinato de 45 indígenas por supuestos paramilitares en el año de 1997, en Acteal:

El gobierno mexicano hizo lo indecible porque el tema de Chiapas no se tocará durante la visita del Papa y desplegó una intensa labor diplomática para evitar declaraciones en torno a Chiapas en los actos papales. Y aunque oficialmente se recaló que este tema estuvo ausente en la entrevista que sostuvo el Papa con el presidente Zedillo, se hizo presente en el contexto del viaje muchas veces de manera velada, y por lo menos en una ocasión sin tapujos. Durante su vuelo de Roma a México Juan Pablo II declaró que la solución al conflicto armado en Chiapas requería de un diálogo entre indígenas y no indígenas y recaló que la paz en Chiapas dependía del reconocimiento de los indígenas como los primeros propietarios de esas tierras (Alonso, 1999: 8).

Dentro de este mismo contexto, entre los temas mediáticos que se difundieron junto con la agenda de la visita del Papa en la portada del periódico *Reforma*, se podían observar: la sentencia del hermano del expresidente Salinas a cincuenta años de prisión por homicidio de Ruiz Massieu; los desafíos para la iglesia de América, fijan pecados sociales para el camino católico del inicio del tercer milenio; el juicio a Clinton sobre su destitución; el gobernador Mario Villanueva y sus relaciones con el narcotráfico; el Papa Juan Pablo y los derechos del indígena¹⁷.

(...) el asesinato en marzo del candidato a la presidencia del PRI, Luis Donaldo Colosio; y unos meses después, el asesinato de Ruiz Massieu, quien presidía el partido oficial; y para terminar en los últimos días de la presidencia de Salinas y los primeros de la toma del poder de Zedillo se rebeló una de las crisis económicas más severas que ha asolado a la economía y a la sociedad mexicana (Rayón, 2015: 19).

Por consiguiente, entre algunos hechos que se suscitaron durante este año se encuentran: la huelga estudiantil por el aumento de las cuotas en la Universidad Nacional Autónoma de México; la designación de los precandidatos para la presidencia de la República; Inundaciones en varios estados del país; entre otros temas.

Quinta visita de Juan Pablo II, año 2002

Del 30 de julio al 1 de agosto del 2002 se lleva a cabo la última visita de Juan Pablo II, quien fue recibido por el presidente Vicente Fox Quezada en el aeropuerto de la Ciudad de México, en donde el mandatario se arrodilló para besar el anillo del

¹⁷ Periódico *Reforma* (1999) Primera plana, semana del 22 al 26 de enero, México D.F.

Pontífice, hecho que ocasionó polémica en los medios de comunicación. Al respecto, en la sección “Nación” del periódico *El Universal*, se difundió la siguiente información el 06 de agosto del 2002:

“Sí violó Fox las leyes al besar el anillo del Papa”

La actitud del presidente Vicente Fox al besar el anillo del Papa Juan Pablo II es una transgresión a las leyes mexicanas, mismas que le prohíben participar en actos religiosos de manera pública, sostuvo el investigador César Mascareñas.

Al igual que el pastor evangélico Arturo Farela, el académico de la Universidad de Monterrey e Integrante del Centro de Investigación del Instituto Cristiano de México indicó: “Su actitud fue violatoria de la Constitución al artículo 130 que es claro en donde los funcionarios en ejercicio no pueden participar en actos de culto públicos”. Farela Gutiérrez, presidente de la Confraternidad Nacional de iglesias Evangélicas Cristianas indicó que si Fox deseaba expresar su religiosidad lo pudo haber hecho en el encuentro privado con el Pontífice (Jiménez, 2002: 1-3).

En esta quinta visita, las televisoras y radiodifusoras desplazaron ochenta y nueve horas y media para cubrir las actividades religiosas, Televisa y Tv Azteca fueron las cadenas beneficiadas en esta cobertura especial. En encuestas realizadas por el periódico *Reforma* en el 2002, el 45% de las personas sintonizó Televisa, el 31% Tv Azteca y un 13% de los mexicanos habían sintonizado las dos televisoras. Es importante señalar que no sólo estos medios de comunicación: radio, tv y prensa difundieron la visita papal, sino también se llevó a cabo la transmisión por Internet, en donde quince mil personas en promedio diario se informaron a través de este medio desde del portal <http://www.mexicosiempreiel.com>. (Fregoso y Gaytán, 2002: 7).

Sobre esta misma línea, el 1 de agosto del 2002, en la editorial del diario *La Jornada* se mencionó:

Estos días de visita papal serán recordados como uno de los episodios informativos más vergonzosos y como uno de esos momentos deplorables en los cuales el México oficial le da la espalda al México real. Salvando las diferencias, estas jornadas evocan las circunstancias en las que el poder público y la mayor parte de las entidades informativas se aliaron para imponer a la población un discurso oficial y una visión del mundo, como ocurrió durante el movimiento estudiantil de 1968 o en la campaña electoral de 1988. (Lira, 2002:1).

Entre los temas que se agendaron en los medios junto con la visita del líder religioso se mencionaban: Campesinos en pobreza extrema a moderada; Fox carece de una política sobre derechos humanos; austeridad en ISSSTE e IMSS; 20 millones de mexicanos sin agua potable; advierten que sólo con fuerza bruta se sacará a los ejidatarios de Atenco; la reforma indígena incumple demandas de comunidades; despido a trabajadores del área de comunicación social por parte de la presidencia de la República; abren juicio a Raúl Salinas por peculado con la partida secreta; México genera electricidad para Estados Unidos; PRI y PAN se reparten las posiciones intermedias en la Cámara de Diputados; entre otros¹⁸.

En definitiva, durante las cinco visitas del Papa Juan Pablo II, los medios además de su cobertura tuvieron un papel polémico a nivel social y político, ya que en la mayoría de las ocasiones no mostraron una actitud crítica frente al acontecimiento religioso. De esta manera la Iglesia y los medios de comunicación han accionado

¹⁸ Periódico *la Jornada* (2002) semana del 30 de julio al 1 de agosto, México D.F.

en conjunto a partir de las visitas del Papa Juan Pablo II influenciando a la población mexicana:

La iglesia católica se ha fortalecido como actor político y su presencia en los espacios públicos se ha visto multiplicada en los medios masivos de comunicación. Ello no es completamente nuevo, por lo menos esa tendencia era ya claramente visible desde la década de los ochenta y no debe llevar a sobredimensionar la influencia del poder del clero en las decisiones y comportamientos de la feligresía ni sobre el gobierno en su conjunto (Rayón, 2015: 24).

Posteriormente, tres años más tarde, el 2 de abril del 2005, muere el Papa Juan Pablo II en el Vaticano y Benedicto XVI asume el cargo del pontificado.

Sexta visita papal, Benedicto XVI, 2005

Benedicto XVI fue el segundo Papa en visitar México, del 23 al 28 de marzo del 2012, en un panorama de tensión política por la elección presidencial. Cabe señalar que se inician las campañas presidenciales dos días después del fin de la visita papal, es decir, el 30 de marzo del 2012.

En términos analíticos, se consideró que la presencia del pontífice en México tendría un impacto electoral favorable para el Partido Acción Nacional y su candidata, lo cual fue negado por el nuncio apostólico, Mons. Christophe Pierre (*La Jornada Jalisco*, 12 de febrero de 2012). También, como había ocurrido en las visitas de Juan Pablo II, existía preocupación por la posibilidad de alguna discusión sobre la libertad religiosa y la separación Iglesia-Estado (Uribe, 2014: 166).

El 25 de marzo del 2012, el Papa ofreció una misa en Silao, Guanajuato, a la cual se presentaron el presidente Felipe Calderón, los cuatro candidatos presidenciales: Andrés Manuel López Obrador (PRD); Enrique Peña Nieto (PRI); Josefina Vázquez

Mota (PAN) y Gabriel Quadri de la Torre (Nueva Alianza), además de gobernadores, legisladores y otros políticos. Entre las orientaciones políticas que se encontraban destacaba la fuerza panista, hecho que ocasionó que los medios de comunicación no tardaran en criticar la visita del pontífice como un evento estratégico por parte del Partido Acción Nacional y el mando católico que buscaban incidir a través del gobierno de Guanajuato en las elecciones presidenciales.

Al entonces presidente Felipe Calderón y al Partido Acción Nacional les resultó políticamente fallida la visita del Papa Benedicto XVI al estado de Guanajuato, realizada del 23 al 26 de marzo del año pasado, casi al inicio de las campañas presidenciales, ya que con esa visita planeaban apuntalar el triunfo de su candidata Josefina Vázquez Mota, quien finalmente fue derrotada.

Varios analistas entrevistados en esas fechas por este semanario coincidieron en que esa visita era para favorecer al PAN, pues aparte de realizarse al arranque de las campañas, el pontífice únicamente visitaba Guanajuato, un estado que ya lleva más de 20 años de ser gobernado ininterrumpidamente por el blanquiazul y que, además, tiene el más alto índice de población católica en el país (Vera, 2013: 1-2).

Esta visita papal la cubrieron más de mil quinientos periodistas de distintos países, entre ellos trescientos medios estaban acreditados, de los cuales ciento cincuenta eran internacionales, dijo el director de Comunicación y Prensa de la Conferencia del Episcopado Mexicano (CEM), Samuel Nájera; es importante señalar que la visita fue vista por 49 millones de mexicanos (*El Universal*, 2012; Redacción AN, 2016).

Sobre esta misma línea, al Papa Benedicto se le consideró en ese entonces como el Papa 2.0 debido a su exitosa cuenta de *Twitter* con más de un millón de seguidores en línea: A sólo una semana de escribir su primer tuit el mensaje en la

red llegó a los sesenta y dos mil quinientos setenta y cuatro retuits, hoy en día, año 2016, cuenta con un millón quinientos doce mil seguidores (Cdperiodismo, 2013).

El Papa Benedicto poseía un carácter eurocéntrico, estaba distanciado con las masas y con América Latina; fue polémico durante su papel como líder religioso, pues el 2 de febrero del 2013 causó asombro en la opinión pública mundial debido a su renuncia voluntaria que provocaba un nuevo cambio en la jerarquía de la iglesia católica, pues después de ocho años realizando sus funciones religiosas se retiraba debido a problemáticas que había dejado su predecesor Juan Pablo II, tales como la situación financiera de la Sede Católica, la pederastia cometida por sacerdotes y la reorganización de la Curia Romana.

Por su parte, el 26 de marzo del 2012, El periódico *Reforma* publicó en su primera plana la siguiente información sobre la estancia del Papa¹⁹:

- Hace Papa milagro político.
- El Papa dijo sentirse mexicano: “He hecho muchos viajes, pero nunca fui recibido con tanto entusiasmo”.
- López Obrador se toma la foto.
- Peña Nieto acudió con su esposa.
- Vázquez Mota comulgó.

Entre los temas que se agendaron en la prensa junto con la visita papal se observaban la red de espionaje político que grabó conversaciones telefónicas de Angélica Rivera, “La Gaviota”; información acerca de la Secretaría de Educación

¹⁹ Periódico *Reforma* (2012) Primera plana, 26 de marzo. Número 6,667. México D.F.

Pública encubriendo los resultados de la evaluación universal que se aplicó a los maestros y escuelas; las giras del presidente Felipe Calderón y entrega de obras de su administración; información acerca del regreso de México en el pódium del campeonato del mundo de Fórmula Uno; la violencia en el estadio olímpico universitario, entre otros.²⁰

1.4.2. La Visita del Papa Francisco a México en el 2016

Por último, el tercer Papa que pisó suelo mexicano, del 12 al 17 de febrero del 2016, fue Jorge Mario Bergoglio, mejor conocido como el Papa Francisco.

En el 2014, el Presidente en turno de México, Enrique Peña Nieto visitó el Vaticano, en donde tuvo un encuentro con el Papa Francisco para invitarlo a visitar el país. Posteriormente, el Papa Francisco confirma su visita a México.

Cuatro meses antes de la visita papal a México ya se mencionaba en los medios de comunicación que la visita del pontífice era inevitable, pues México es uno de los países con mayor número de católicos a escala global, por lo cual era preciso el paso de Francisco por tierras mexicanas (Mder/CP, s.f.).

Entre los temas mediáticos que se difundieron en los diarios junto con la agenda de la visita del Papa, se encontraban: la derrota de “las chivas” tras seis jornadas en el

²⁰ Periódico *Reforma* (2012) Primera plana, del 23 al 28 de marzo. México D.F.

torneo de futbol mexicano; el SAT amplia fiscalización foránea; repudio del Papa a traficantes, el calvario que viven los policías ante el operativo de la visita papal; el detector de partículas desarrollado por científicos mexicanos; celdas de lujo y bar en el Penal de Topo Chico; 49 muertos en el Penal de Topo Chico; la exclusión de los ciudadanos en la elección del constituyente; director de Grupo Miled y sus escoltas violan el reglamento vial; la relación entre el capo el “Chapo” y la actriz Del Castillo; los mexicanos seguirán pagando hasta el 2017 la liquidación de Ferrocarriles Nacionales; el dólar impacta en precios, entre otros²¹.

Después de su visita a México y antes de regresar al Vaticano, el Papa Francisco se hace presente en Cuba, dos meses después del restablecimiento de las relaciones entre La Habana y Washington, con un papel de mediador internacional que responde a intereses geoestratégicos, de liderazgo norteamericano y a las diferentes necesidades que enfrenta Cuba ante los cambios introducidos por el régimen bajo los términos de dicho acuerdo, desde la reanudación de relaciones diplomáticas, la apertura de una embajada en La Habana y el aumento de intercambios comerciales, financieros y de ciudadanos (Mejías, 2015).

En México, después de la visita los medios de comunicación señalaron que la población mexicana esperaba que el Papa expresara su opinión y facilitara una solución a las problemáticas que aquejan al país, exigían de alguna manera que el

²¹ Periódico *Reforma*, (2016) Primera plana, del 12 al 17 de febrero. México. D.F.

líder religioso empleara estrategias remediando lo que el propio gobierno mexicano no ha podido corregir.

En una consulta que realizó el periódico *BBCMundo*²², sobre qué les gustaría escuchar de la boca del Papa Francisco a activistas, académicos, sacerdotes y familiares de los 43 estudiantes desaparecidos de Ayotzinapa, algunas de las respuestas fueron:

- "Para nosotros es muy importante platicar con él para que sepa lo que estamos padeciendo aquí en México, la desaparición forzada, hay miles de desaparecidos, no sabemos nada de nuestros hijos", dijo Cristina Bautista Salvador, madre de uno de los estudiantes de Ayotzinapa.

- "Es importante que el Papa sepa y presione a Peña Nieto para que solucione el problema que tenemos. Sería importante que nos visite en la escuela de Ayotzinapa a celebrar una misa, orando por nuestros hijos", añade Salvador, de 40 años.

- "Me gustaría escucharlo que dijera estoy aquí, voy a hablar con Peña Nieto a que les entreguen a sus hijos".

- "Que le pregunte públicamente dónde están los estudiantes",

- "Quisiera oír una condena perentoria a un Estado que se ha vuelto cómplice"

- "No puede soslayar la inequidad y la discriminación que sufren los indígenas" (Paullier, 2016).

The New York Times en español, también realizó una consulta a los mexicanos sobre la visita del Pontífice a México a través de *Facebook*, y concluyó de la siguiente manera: "Las respuestas varían entre la esperanza, la frustración con los problemas que afligen al país, intolerancia frente al gobierno y sí, hasta un poco de humor". (*The New York Times* en español, 2016) Algunas de las respuestas fueron:

²² *BBC Mundo* es un periódico de internet que difunde una selección de contenidos y acontecimientos más importantes de la actualidad, pertenece a la BBC y ofrece noticias en español y diferentes idiomas.

- “Espero que, como el jefe de la iglesia católica, levante la voz a favor de las familias a quienes les han arrebatado a sus hijos. Espero que se ponga del lado del pueblo que sufre, que condene el asesinato de periodistas, que sea una voz crítica y que no avale la política represora y la impunidad del gobierno mexicano”. (Leticia Hernández)
- “Que afiance la cultura católica con un mensaje esperanzador, que haga uso de la tradición católica para unir nuevamente a Hispanoamérica. Solucionar los problemas de nuestro país es tarea de nosotros los mexicanos”. (Abraham Rasgado)
- “Es un hombre que siento auténtico, congruente, que inspira confianza. Si su visita hace que los ojos del mundo vean las cosas terribles que están pasando en mi país, como la violencia desatada, lo poco que vale la vida y el infierno que viven los migrantes que cruzan México para llegar a los Estados Unidos, será algo positivo”. (Marina Luisillo), (The New York Times, 2016).

De esta manera, la prensa mexicana dictaminó que la población esperaba algún tipo de respuesta, ayuda o mensaje moral en la visita del líder religioso, el argumento principal fue que el Papa traería un poco de paz a una sociedad desquebrajada por una crisis de derechos humanos. Es importante señalar que la mayoría de la población en sus respuestas no denotaba algún tipo de conocimiento acerca de una relación política entre el gobierno de México y la iglesia católica.

En esta visita al igual que en las anteriores, los medios de difusión contribuyeron a partir de sus agendas a manipular e influenciar a la opinión pública, así como también invisibilizaron o minimizaron las verdaderas problemáticas sociales, pues, en definitiva, la agenda de los medios posiciona temas que funcionan muchas veces como “cortina de humo” y suplen cualquier contingencia política, social o económica que pueda padecer el país.

1.4.3. Los medios de comunicación durante la visita del Papa

En cuanto a la audiencia de este acontecimiento, más de cincuenta y tres millones de mexicanos vieron por televisión la visita del Papa, datos revelados por una medición de audiencias efectuada por la empresa *Nielsen/bope*. En cuanto a las redes sociales, las transmisiones televisivas generaron más de diez millones de impactos en la audiencia y se sumaron más de cuatrocientos veintiocho mil tuits sobre la transmisión de la visita (Redacción AN, 2016).

Así, las dos cadenas más grandes en México: Televisa y Tv Azteca se unieron para cubrir por completo la estancia del Papa Francisco al País. También la prensa mexicana, como los periódicos *La Jornada*, *El universal* y *Reforma* dedicaron en sus primeras planas información antes y después de la visita papal.

Desde el pontificado de Benedicto XVI y hoy en día con el líder religioso Francisco se concibe también la existencia de la web papal, *la fanpage* en *Facebook*, *account* en *Twitter* e *Instagram*, consideradas redes sociales que tuvieron un papel importante en la cobertura mediática de este acontecimiento, creando una experiencia independiente de las transmisiones de radio y televisión, a partir de una audiencia real desde distintos lugares de la república que publicaron sus opiniones y contenidos respecto al Pontífice y su visita al país.

1.4.4. La visita del Papa en las redes

Así mismo, es importante señalar que en el 2016 el internet, los medios digitales y las redes sociales ocupan un papel importante en las audiencias, la opinión de los medios de comunicación se dividió, ya que difundieron distintas informaciones mencionadas por especialistas que cuestionaban la visita del Papa Francisco durante su estancia. Se encontraron los siguientes encabezados en los distintos medios:

- En México califican la visita del Papa Francisco como decepcionante. (*Perfil.com*).
- La otra bienvenida del Papa en México: críticas en redes sociales al costo de la visita de Francisco. (*EL País*).
- El Papa no puede cambiar la iglesia de la noche a la mañana: Solalinde. (*Informador.mx*).
- Viaje a México fue una “experiencia de transfiguración”: Papa (*El Universal*).
- Visita del Papa dejó huella imborrable en México: Peña Nieto. (*La Jornada*).
- A la mitad de los mexicanos no le importa la visita del Papa: encuesta (*Proceso*).
- Es visita del Papa la más esperada. (*Reforma*).

De esta manera surgieron muchas publicaciones en el ciberespacio antes, durante y después de la visita del Papa Francisco al territorio mexicano, las cuales no serán parte de este estudio, pero resulta importante mencionar para entender el contexto bajo el cual se desarrolló la visita papal en México.

1.4.5. La situación de la prensa nacional en México en el marco de la visita papal de febrero 2016

El Padrón Nacional de Medios Impresos considera actualmente a veinte publicaciones como prensa de circulación nacional, (IFE, 2014):

- El Economista
- El Financiero
- El Sol de México
- El universal
- Estadio
- Esto
- Excélsior
- Impacto el Diario
- La Crónica de Hoy
- La Extra
- La Jornada
- La Prensa
- La Razón de México
- Milenio Diario
- Ovaciones
- Récord
- Reforma
- Rumbo de México
- Uno más uno
- 24 Horas

De estos periódicos, *La Jornada*, *El Universal* y *Reforma* son considerados diarios importantes a nivel nacional tras representar las diferentes posturas ideológicas de la opinión pública y política.

El Universal es un periódico de centro-derecha, apoyando al Partido Revolucionario Institucional (PRI), nace el 1 de octubre de 1916, fue fundado por el ingeniero Félix Fulgencio Palavicini, quien propuso la creación del diario; es de los más antiguos del país, con cien años de actividades; se funda con el objetivo de dar la palabra a los postulados de la Revolución Mexicana (*El Universal*, 2000). La directora editorial es María Félix Escalante.

En el 2014 de acuerdo con el Catálogo Nacional de Medios Impresos e Internet, contaba con un tiraje de ciento ochenta mil impresiones diarias (IFE, 2014).

En el 2019, Juan Francisco Ealy Ortiz es el presidente ejecutivo y del consejo de administración del periódico *El Universal*, el cual se encuentra dentro de los grupos económicos más notables en México, entre ellos, Televisa de Emilio Azcárraga Jean, Tv Azteca del Grupo Salinas, los servicios de las telecomunicaciones controlados por Carlos Slim, las empresas de Ricardo Salinas Pliego, etcétera. Por lo tanto, el periódico actúa como un medio más cercano a la clase política y se dispone a favor de las instituciones, ya que gran parte de sus miembros provienen de algún partido político.

El Universal actualmente no sólo se instaura en los medios impresos como *El Universal* y *El Universal Gráfico*, sino también en televisión, radio e internet, es decir, tiene una difusión cuasi total a partir de distintos medios de comunicación. Se trata de un imperio mediático que ha prevalecido por al menos cuarenta años.

El periódico *La Jornada* se caracteriza por ser un periódico con una tendencia política de izquierda que marca su preferencia por el Partido de la Revolución Democrática (PRD). Nació en el año 1984 con la idea de producir un nuevo medio de carácter informativo con orientación democrática y social, fue fundado por Carlos Payán y gracias a la participación de artistas plásticos, intelectuales, académicos, periodistas, políticos y escritores que contribuyeron en la creación del diario (Lira, 1996). Hoy en día su directora es Carmen Lira Saade.

En el 2014, de acuerdo con el Catálogo Nacional de Medios Impresos e Internet, contaba con un tiraje de con ciento siete mil seiscientos sesenta y seis impresiones diarias (IFE, 2014).

Este periódico ha sido crítico con las formas de gobierno en México a lo largo del tiempo, se caracteriza por su inclinación a favor de la población; cuenta con una versión en línea que permite a sus lectores consultar no sólo las noticias del día, sino también las pasadas.

Al diario *Reforma* se le considera un periódico de extrema derecha que publica a favor del Partido de Acción Nacional (PAN), se fundó en el año 1993 como una rama del periódico regiomontano *El Norte* que tiene ochenta y cinco años de antigüedad; su director es Alejandro Junco de la Vega (Secretaría de Gobernación [SEGOB], 2016), en el 2014, de acuerdo con el Catálogo Nacional de Medios Impresos e Internet, contaba con un tiraje de ciento cuarenta mil ciento treinta y ocho impresiones diarias (IFE, 2014).

Este periódico también cuenta con su versión digital en internet. *El Grupo Reforma* es una compañía periodística y está conformado por periódicos como: *Diario Norte*, *El Sol*, *Metro*, *Palabra* y *Reforma*.

En cifras del 2016, el periódico *Reforma* destaca con un tiraje de ciento treinta y tres mil cuatrocientos cuarenta y seis ejemplares diarios, *La Jornada* con ciento siete mil seiscientos cincuenta y nueve, y por último, *El Universal* con ciento treinta y ocho mil doscientos noventa y un impresiones de lunes a sábado y cuarenta mil novecientos once impresiones los domingos (SEGOB, 2016).

Por consiguiente, estos periódicos se estiman como importantes a partir de su tiraje, su alta circulación, su memoria histórica y una postura política bien definida con la que es posible analizar los intereses políticos que se encuentran en la manera de difundir sus publicaciones y que van dirigidos a un tipo de población específica.

Los tratamientos periodísticos se conforman a partir de la orientación política que marque el periódico y los elementos prioritarios gubernamentales, pues, el mundo de ideas y perspectivas que se encuentran dentro de los contenidos mediáticos influyen directamente en las personas. Los tratamientos noticiosos representan sin duda la forma de operar de los medios de comunicación con el fin de influenciar a la sociedad. Este modus operandi mediático en definitiva tiene una relación política con el gobierno que busca difundir su postura:

Se reconoce el enorme poder de los Presidentes como fuentes de información dentro de las coberturas periodísticas, máxime en países con sistemas políticos presidenciales y con culturas autoritarias, como es el caso de México. Al igual que con la variable de orientación política, no queda claro en qué medida los gobiernos influyen en los tratamientos periodísticos o en qué condiciones de cobertura y en qué elementos de los tratamientos influye en mayor medida (Rodelo, 2015:2).

Los medios de comunicación obedecen a los intereses del poder político y se crea un modelo mediático hegemónico.

En el 2015, desde que el Papa Francisco dijo que visitaría México, la prensa nacional en una postura urgente comenzó a planear el proceso de cobertura, desde la creación de una página web, ruedas de prensa, conferencias de prensa, acreditaciones, logística de prensa, etc. Ya que la mayor parte de la población seguiría la visita a través de los medios de comunicación. De esta manera, el acontecimiento encabezaría la agenda mediática.

Por ende, se planea la difusión de la visita papal: la Santa Sede pide que se genere una transmisión internacional de esta visita, en donde las televisoras más importantes como Televisa y Tv azteca se sumarían en conjunto para poder cubrir el acontecimiento en su totalidad y abarcar los lugares que visitaría el Papa.

Esta medida se tomó ya que a Televisa no le era posible cubrir por completo el evento. Por lo que las dos televisoras deciden trabajar en conjunto fusionándose con el nombre de Televisión mexicana, dejando de lado sus propios intereses y

generando la señal internacional; gracias a esto se logró cubrir el paso de Francisco desde que sale del aeropuerto en Roma hasta que regresa al mismo, la transmisión fue en vivo desde cadena nacional y la página de internet. (Con el Papa en México, 2016).²³

De la misma forma, la Iglesia establece una relación con estos dos organismos, la relación Iglesia-Estado y Mass-media se denota en los discursos mediáticos a partir de la agenda periodística que expone acontecimientos como las visitas de los líderes religiosos, los cuales intervienen hoy en día de manera pública sobre temas políticos y sociales manifestando las actividades políticas de la iglesia católica y sus intereses.

1.4.6. Panorama general de la situación en el país ante la visita del Papa Francisco

La visita del Papa se efectúa en un ambiente de crisis que afronta nuestro país; el panorama se conforma a partir de problemáticas económicas, sociales y políticas. Entre los temas que sobresalen, se encuentran la pobreza, la migración y el caso Ayotzinapa.

²³ Información extraída del Vídeo sobre el seminario de periodistas por el comité organizador de la visita papal que se transmitió en Youtube.com.

Pobreza

Entre el 2012 y el 2014 la pobreza en México aumentó de 53.3 a 55.3 millones de personas pobres²⁴. (Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social [CONEVAL], 2015). Por consiguiente, Gonzalo Hernández, Secretario Ejecutivo del Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social, señaló que: el 79.5% de la población mexicana vive en situación de pobreza y de vulnerabilidad (Pierre, 2015: 16).

Migración

En cuanto a la migración, este problema se configura a partir de las violaciones a los derechos humanos que sufren los migrantes por parte de la delincuencia durante su trayecto a Estados Unidos, así como también las leyes antinmigrantes que criminalizan su entrada. Existe una preocupación constante por la situación de las personas que se ven obligadas a migrar y que terminan siendo víctimas de violencia, desaparecidas o asesinadas en su ruta migratoria, a esto se le suma la búsqueda permanente que enfrentan sus familiares.

Ayotzinapa

Dentro de este panorama, otro de los acontecimientos sociales más relevantes y que denotan la crisis de violencia que existe en México, es el caso Ayotzinapa, en

²⁴De acuerdo con lo establecido por la LGDS, la medición de la pobreza incluye dos grandes rubros: a) el ingreso de los hogares y b) las carencias sociales en materia de educación, acceso a los servicios de salud, acceso a la seguridad social, calidad y espacios de la vivienda, acceso a servicios básicos en la vivienda, acceso a la alimentación y de cohesión social.

donde surge una protesta permanente por parte de padres y familiares de cuarenta y tres estudiantes desaparecidos de la Normal Rural Raúl Isidro Burgos.

Estos estudiantes fueron atacados la madrugada del 27 de septiembre del 2014 por la policía municipal de Iguala y Colula e integrantes del grupo delictivo Guerreros Unidos, encabezado por el cártel Beltrán Leyva; el hecho concluyó con al menos nueve personas asesinadas, civiles, periodistas y estudiantes heridos y la desaparición forzada de los estudiantes normalistas que hasta el día de hoy sigue impune.

En definitiva, en México no solo operan los grupos criminales, las fuentes de violencia también están conformadas por actores estatales provenientes de los sistemas policiales: policía federal, fuerzas armadas, elementos de la Procuraduría General de la República, la milicia, etcétera. El informe de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) da aún más claridad sobre esta situación:

En los últimos años han tenido lugar incidentes trágicos de violencia con participación de agentes del Estado, (...): el asesinato de 22 personas en Tlatlaya, Estado de México en junio de 2014, algunas de ellas presuntamente ejecutadas extrajudicialmente por miembros del ejército; la muerte de civiles presuntamente a manos de elementos de la Policía Federal en Apatzingán, Michoacán, en enero de 2015; el presunto enfrentamiento en los límites entre Tanhuato y Ecuandureo, Michoacán en junio de 2015 en el que perdieron la vida 42 civiles y un elemento de la Policía Federal, entre otros. (...), los testimonios y los indicios apuntan a la presunta participación de autoridades federales y miembros de las fuerzas armadas, a la alteración de la escena del crimen a fin de presentar la situación como si se

tratara de enfrentamientos, e irregularidades en las investigaciones (Comisión Interamericana de Derechos Humanos [CIDH], 2015).²⁵

Ante ello, el presidente Enrique Peña Nieto lamentó los actos violentos y aseguró que se emplearía la justicia mexicana sobre todos los involucrados en el caso Ayotzinapa, sin embargo, el caso continúa investigándose hasta hoy en día.

La Procuraduría General de la República (PGR) declaró que existían pruebas suficientes que demostraban que dicho ataque se llevó a cabo por órdenes del Alcalde de Iguala, socio del cártel los Guerreros Unidos: José Luis Abarca Velázquez, denotando la complicidad entre los agentes del estado y el crimen organizado.

El 18 de noviembre del 2014, en apoyo a los familiares de las víctimas de Ayotzinapa y el Estado mexicano, surge el Grupo Interdisciplinario de Expertas y Expertos Independientes (GIEI), con la finalidad de proporcionar estrategias para la búsqueda de los normalistas a partir de investigaciones y acciones.

Posteriormente, la administración del presidente Enrique Peña Nieto calificando como “verdad histórica”, anunció que los estudiantes desaparecidos habían sido asesinados y sus cuerpos incinerados en Cocula, Guerrero.

²⁵ “De igual manera es fundamental destacar que, al cerrar el 2015, por lo menos Baja California, Chihuahua, Colima, Distrito Federal, Durango, Estado de México, Guerrero, Jalisco, Michoacán, Morelos, Tabasco, Tamaulipas, Veracruz y Zacatecas viven una crisis de seguridad y que Baja California Sur y Querétaro han visto aumentar los índices delictivos, en particular los violentos, de manera importante” (Rivas, 2015: 9).

El 24 de abril del 2016, el GIEI presentó su informe y desmintió la versión oficial de la PGR, argumentando que no existían evidencias de que haya ocurrido un fuego de esa magnitud, ni de que los normalistas fueran incinerados, es decir, no existían evidencias científicas que confirmaran la versión de las autoridades sobre el destino de los estudiantes. Además, en su primer informe después de seis meses de trabajo en México, los expertos de este grupo señalaron que no se había hecho todo lo posible para localizar a los estudiantes, ya que hubo hechos no investigados, evidencias destruidas y demasiados errores.

Sobre esta misma línea, la acción de los medios no se hizo esperar y comenzaron a difundir desde distintas perspectivas la noticia sobre dichas declaraciones. Por ejemplo, el periódico *El Financiero* en una de sus publicaciones señaló acerca del GIEI: “Ni siquiera dan una pista, sólo se limitan a descalificar el trabajo hecho”. (Hiriart, 2016)

El caso Ayotzinapa ya era el centro de atención no solo a nivel nacional, sino internacional. Ante este hecho, la Organización de las Naciones Unidas (ONU), calificó este suceso como “profundamente perturbador” y solicitó al gobierno de México empleara medidas respecto a las declaraciones del GIEI.

Por su parte la PGR, ante semejante declaración del GIEI, anunció la realización de un nuevo peritaje.

Los padres de los normalistas, por su lado, en una conferencia de prensa expresaron sus deseos de que el GIEI continúe con sus investigaciones hasta que se resuelva el caso, posteriormente solicitaron una reunión con el Presidente de México. Sin embargo, el trabajo de los integrantes del GIEI concluyó el 30 de abril, debido a que el Estado mexicano no extendió el plazo.

La mayoría de los familiares de los estudiantes desaparecidos expresan que el atentado fue un crimen de Estado, y exigen al mismo pague por sus acciones. Por lo tanto, desde este acontecimiento se vive una tensión constante en el país, la presión sobre el Estado que ejercen los representantes de las víctimas, otros grupos intelectuales, investigadores, movimientos sociales y demás personas que se suman a la protesta social han desenmascarado al Estado mexicano, mostrando su verdadero rostro manchado de crímenes y corrupción.

Sobre este contexto, la visita del pontífice se puede pensar como una estrategia de la élite política que tiene la intención de invisibilizar el caso Ayotzinapa (cortina de humo), orientando la atención de la población mexicana, en donde la mayoría se declaran católicos, hacia este acto religioso a través de los medios de comunicación masiva; estrategia que denota la relación entre el Estado, la Iglesia y los medios masivos.

Por consiguiente, en específico el Pontífice visitó la Ciudad de México, el Estado de México (Ecatepec), Chiapas (San Cristóbal de las Casas y Tuxtla Gutiérrez),

Michoacán (Morelia) y Chihuahua (Ciudad Juárez), estos lugares se caracterizan por vivir diferentes problemáticas sociales.

Ciudad de México

La Ciudad de México fue el primer lugar que visitó el Papa Francisco, esta capital urbana tiene problemas sociales arraigados, tal y como el tema de la inseguridad. En cifras del INEGI, en el 2014 la Encuesta Nacional de Victimización y Percepción sobre Seguridad Pública (ENVIPE) evidenció que esta ciudad cuenta con más de treinta y seis mil delitos (INEGI, 2015).

Por otro lado, en esta entidad se encuentra la Basílica de Santa María de Guadalupe, un santuario de la iglesia católica que venera a la Virgen de Guadalupe; este sitio es de los más visitados del mundo²⁶ y es sumamente importante para la población católica.

El 12 de febrero del 2016, el líder religioso sostuvo una reunión con el presidente Enrique Peña Nieto en el Palacio Nacional, posteriormente llevó a cabo una misa en la Basílica de Guadalupe. Cabe mencionar que, en diciembre del 2015, el Papa Francisco expresó: “Si no fuera por la Virgen de Guadalupe no iría a la Ciudad de México” (Rodríguez, 2016: 3).

²⁶ “Anualmente unos veinte millones de peregrinos visitan el santuario, de los cuales cerca de nueve millones lo hacen en los días cercanos al 12 de diciembre día en que se festeja a la Virgen María de Guadalupe”. (Redacción Catholic.net, 2016).

La postura de algunos críticos como Bernardo Barroco, sociólogo y experto en temas de religión aseguraron que la visita del Papa a la capital estaba relacionada con temas de poder político y religioso (Rodríguez, 2016), desde la reunión con el Presidente y obispos de la catedral que representan las corrientes de la misma iglesia católica en México. También, es posible que dicha visita tuviera como objetivo la conciliación con la comunidad católica.

Estado de México

En el caso del Estado de México, entre las problemáticas más alarmantes se encuentra el alto nivel de impunidad, pobreza y violencia de género, según el Centro de Estudios sobre Impunidad y Justicia (CESIJ), en su Índice Global de Impunidad México (IGI-MEX), en el 2016, el Estado de México se encuentra en la clasificación de “grado de impunidad muy alta” con un puntaje de 76.8 de 100 que es el grado más alto (Universidad de las Américas Puebla, 2016).

De acuerdo al índice de pobreza del Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social, el Estado de México cuenta con más de ocho millones de personas en condición de pobreza (CONEVAL, 2014).

En cuanto a la desaparición o extravío de mujeres, en cifras declaradas durante el 2015 por la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, se registraron más de siete mil mujeres desaparecidas desde el 2011, de las cuales más de mil ocurrieron en el Estado de México (CIHD, 2015). Sobre esta misma línea, respecto a los

feminicidios, el INEGI declaró que siete mujeres fueron asesinadas diariamente en México (INEGI, 2015). El Observatorio Ciudadano Nacional del Femicidio, en sus datos más recientes, señala que, de enero a junio del 2011, más de mil doscientas mujeres fueron asesinadas por ser mujeres, registrando el mayor número de estos feminicidios en el Estado de México con más de trescientos casos (Universidad de las Américas Puebla, 2016).

Otro problema alarmante en esta entidad es la práctica de la tortura, “El Estado de México informó que la Procuraduría General de la República (PGR), contaba, al mes de abril del 2015, con 2.420 investigaciones en trámite sobre tortura, y que existen solo 15 sentencias condenatorias por este delito a nivel federal” (CIDH, 2015).

Chiapas

Por consiguiente, en Chiapas, el tema principal que justifica la visita del Papa a este estado radica en la marginación, discriminación y el racismo que enfrenta la población indígena. La Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas, señala que: “La población indígena supera el millón de habitantes en los estados de Oaxaca, Chiapas, Puebla y Veracruz, (...) En todas ellas la población indígena supera el 20% del total” (CDI, 2014).

Con más de quince millones de indígenas en México, Chiapas tiene una población indígena de más de un millón quinientos mil indígenas, (CDI, 2014)²⁷. El principal problema radica en el rechazo social que impide que las comunidades ejerzan sus derechos como lo hace el resto de las personas, además, esta población también enfrenta problemáticas como la pobreza, la miseria, la migración y la exclusión²⁸.

Michoacán

Por otro lado, en Michoacán, de acuerdo con los datos que presenta el Secretariado Ejecutivo del Sistema Nacional de Seguridad Pública [SESNSP], (2015), se cometieron en el 2015 más de treinta mil delitos en dicho territorio, en donde la mayoría fueron homicidios.

Sin duda la visita del pontífice a esta entidad se justifica por los altos índices de violencia a partir del crimen organizado, las autodefensas y grupos delictivos, por ende, el tema en su visita fue: la inseguridad²⁹. Además, de acuerdo con el INEGI, en este estado más del 90% de la población michoacana se declara católica, (INEGI, 2010), elemento clave para la agenda pastoral de conciliación con los católicos

²⁷ CDI. Sistema de indicadores sobre la población indígena de México, con base en: INEGI, Censos Generales de Población y Vivienda, México 1990 y 2000, II Conteo de Población y Vivienda México, 2005 y Censo de Población y Vivienda, México, 2010.

²⁸ “La Comisión para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas estima que en la actualidad de los 803 municipios indígenas que existen en el país, 43% registran una intensa actividad migratoria y sólo el 13% son considerados como de fuerte atracción”. (COMISION NACIONAL PARA EL DESARROLLO DE LOS PUEBLOS INDIGENAS, 2015).

²⁹ El Alto Comisionado de las Naciones Unidas, en el 2015 declaró que las cifras calculadas son impactantes, pues entre diciembre de 2006 y agosto de 2015 hubo más de mil quinientas personas asesinadas. De esta manera, las cifras más recientes apuntan que más de cincuenta personas son asesinadas con violencia todos los días, lo que representa un aumento del 6% desde el 2014.

Chihuahua

El último lugar que visitó el Papa Francisco fue el estado de Chihuahua, específicamente Ciudad Juárez, lugar quebrantado por la violencia en feminicidios, delincuencia, desapariciones, corrupción, pobreza e inmigración.

De esta manera, el INEGI informó que las tasas más altas de defunciones por homicidio de hombres y mujeres se ubican en los estados de Guerrero y Chihuahua. (INEGI, 2015);³⁰De siete mil sesenta mujeres desaparecidas desde el 2011, más de doscientas desaparecieron en Chihuahua. “Entre 2010 y 2014 organizaciones civiles de Chihuahua documentaron 727 presuntos feminicidios, un promedio de 182 al año, 15 por mes, cuatro a la semana, en lo que va del 2015 han reportado el asesinato de 26 mujeres sólo en Ciudad Juárez”. (Olivares y Villalpando, 2015:1)

En cuanto a la situación de pobreza, en el 2014 se registran más de un millón de personas en esta condición. (CONEVAL, 2014).

Por consiguiente, otro problema relevante es el de la migración, Chihuahua, siendo un estado fronterizo con Estados Unidos de América, su población es víctima de la violencia concerniente al crimen organizado o narcotráfico. Ante esto, entre los temas clave por lo que el Papa visitó esta entidad es la problemática de la desaparición de migrantes en México.

³⁰ “alrededor del 90% de las mujeres víctimas de violencia en el estado de Chihuahua son menores de 18 años³⁴. Las falencias afectan sobre todo a víctimas en situación de pobreza, lo que dificulta aún más que sus familiares tengan acceso a la justicia, fomentando la impunidad por estos delitos”. (CDIH, 2015).

Entonces, en México se viven problemas como la emigración, el rezago educativo, la discriminación hacia las etnias indígenas, el distanciamiento de la clase política con la sociedad, la violencia e inseguridad, la delincuencia organizada, desapariciones forzadas, el tránsito de los migrantes hacia Estados Unidos, la corrupción, la pederastia, es decir, un entorno quebrantado por un sinfín de problemáticas sociales en donde los medios de difusión tendrán que desviar y dirigir la atención de la audiencia hacia un evento social como lo es el caso de la visita papal.

1.4.7. La situación de la relación Iglesia y el Estado

Las relaciones Estado-Iglesia tienen su raíz en el proceso de la historia de México, el cual ha gestado un vínculo entre estos dos poderes a partir de una serie de conflictos que configuran la realidad de estos organismos en pleno siglo XXI. Sin duda, durante todo ese proceso histórico, estas relaciones de poder tienen como objetivo principal la dirección, orientación y conducción de las sociedades en donde a partir de concepciones y estrategias se legitiman consiguiendo configurar la conciencia humana.

México es un país en el que la iglesia católica se sustentó como religión de Estado por más de trescientos años y se ha desarrollado a partir de diversos conflictos, por ejemplo, la llamada guerra cristera.

A partir de la presidencia de Elías Calles (1924-1928), se configura un anticlericalismo radical, surgen las tensiones entre la Iglesia y el Estado dando lugar a la guerra cristera (Cristiada, 1926-1929), por ende, para contrarrestar el poder de los católicos se crean grupos de poder, como la iglesia católica Apostólica Mexicana, instaurada por la Confederación Regional Obrera Mexicana (CROM) y los sindicatos católicos, siendo la primera una organización a favor del gobierno. El enfrentamiento con estas organizaciones anticlericales ocasionó la clausura de escuelas, seminarios y el culto en las Iglesias, lo que llevó a una serie de levantamientos en diferentes estados de la república.

Para Jean Meyer, la Cristiada fue una tremenda guerra civil en la que participaron gente de la ciudad, de las clases medias y guerrilleros del campo que apelaban a la suspensión de la ley Calles que provocó la suspensión de los cultos, dando lugar al conflicto entre la Iglesia y el Estado y al levantamiento popular. (Meyer, 1973, X).

A pesar de que la iglesia católica declaró que sólo querían una resistencia pasiva y pacífica, estas acciones provocaron la movilización de los cristeros expresando que no podían tolerar la situación pues estaba en juego su libertad e independencia. (Meyer, 1973:13).

La guerra cristera se suspendió sin acuerdo o pacto oficial por parte del Estado y el Vaticano, sin embargo, la iglesia católica se sometió a la ley sin que la constitución sufriera modificación alguna.

La Iglesia perdió peso político en la medida en que tuvo que renunciar a intervenir directamente, abiertamente. Eso explica que la iglesia mexicana haya sido de las más tímidas del continente en el campo político y social. La teología de la liberación difícilmente se puede predicar en estas condiciones. Los jesuitas forman un caso aparte porque pertenecen a una orden internacional que escapa al peso de la historia estrictamente nacional (Meyer, 1973, XIV).

En el año de 1929 se puede observar una transición violenta ya que la Iglesia confronta al Estado mexicano para forzarlo a un nuevo orden social y político e influenciar a la sociedad mexicana hacia ese mismo orden dirigido por pautas y valores religiosos. Estos enfrentamientos violentos contra el Estado persistían a finales de los años veinte.

Posteriormente se fueron implementando nuevas formas de accionar, pues la Iglesia cambió de perspectiva y decide dejar dichas confrontaciones; de esta manera, el Estado mexicano también adopta una nueva postura y concibe un tipo de pasividad, evidentemente, ya se había configurado la iglesia católica como actor que proporcionaba un tipo de apoyo hacia el gobierno, estrategia visible en tiempos actuales.

Ante ello, Felipe Cuamea Velázquez, sobre la iglesia católica como un significativo soporte de legitimación del Estado mexicano señala que “la separación formal Iglesia-Estado no impide que ambas instituciones busquen de forma independiente o en colaboración sus intereses particulares. Más aún, un Estado secular con una población predominante religiosa como México puede beneficiarse del

reconocimiento popular y del acercamiento existente entre la sociedad y la Iglesia, así como de los valores asociados con la Iglesia” (Cuamea, 1996: 142).

Sobre esta misma línea, la Teología de la liberación (1962-1966) es una corriente relevante dentro del contexto religioso, ésta se concibe a partir de un pensamiento colectivo que busca dirigir y sistematizar la fe religiosa a los sectores populares.

Juan Pablo II mantenía una inflexible oposición a la Teología de la liberación, pues desviaba el destino político al que se aspiraba y su posición ortodoxa con la que se formó desde el Vaticano. Por ende, este Papa con el discurso de que esta teología estaba alineada al comunismo logra detenerla y consolida una Iglesia conservadora en toda América Latina.

Los jesuitas son considerados como grandes intelectuales a comparación de otras congregaciones religiosas, éstos han sido perseguidos, expulsados, callados y marginados del poder; durante el pontificado de Juan Pablo II los jesuitas fueron controlados bajo el Opus Dei (institución perteneciente a la iglesia católica) y los Legionarios de Cristo (congregación religiosa de derecho pontificio fundada por Marcial Maciel), más tarde Benedicto XVI les prohíbe la enseñanza cerrando algunas universidades.

“Los jesuitas son una gran familia en la que hay de todo, grandes conservadores y grandes reformadores, pensadores posmodernos, psicologistas, nostálgicos de la cristiandad y, por supuesto, grandes simpatizantes de la teología de la liberación”

(Barranco, 2013: 3). Cabe mencionar que Mario Bergoglio (el Papa Francisco), es el primer Papa jesuita en la historia.

Consecuentemente, el proceso histórico que configura la relación Iglesia-Estado se ha conformado a partir de diversos cambios y estrategias. Sin embargo, se sabe que el interés primordial de iglesia católica ha sido desde siempre el reconocimiento formal por parte de los Estados.

Las relaciones de poder han sido disimuladas en el plano político; en definitiva, líderes como el Papa y el Presidente actúan como representantes del restablecimiento de las relaciones diplomáticas. Un ejemplo claro se observa a partir del gobierno del presidente Carlos Salinas de Gortari, quien visita el Vaticano para orientar el restablecimiento de dichas relaciones diplomáticas y acto continuo, la visita del Papa Juan Pablo II a México en 1992.

No se puede negar que fue un evento político el que reorientó las perspectivas tanto de los intelectuales como de la población en general en torno al asunto de la Iglesia y la religión. Sin duda, el evento que reabrió el fuego fue la inopinada e inesperada presencia de algunos integrantes del Episcopado Mexicano en la toma de posesión del presidente Carlos Salinas de Gortari, atendiendo a una invitación expresa el 1 de diciembre de 1988. Las palabras del Presidente explicaron la presencia de los clérigos: la necesidad de modernizar las relaciones entre el Estado y la Iglesia (Ceballos, 1996: 100).

Los Papas son actores fundamentales para influenciar a la sociedad declarada católica; al primer Papa que visitó México: Juan Pablo II, se le consideraba un actor político nato, inteligente y sutil; siendo un representante clave en el Vaticano,

durante su primera visita envió mensajes de aliento a diferentes audiencias de la población mexicana ante un panorama en donde inquietaba una crisis social, política y económica. “Se trataba de una personalidad carismática, con juventud, galanura, energía, capacidad de expresarse en diversas lenguas y moverse en los escenarios, sensibilidad para comunicarse con públicos diversos y mover sus emociones” (Pérez, 2015: 7).

Sin duda, la agenda de los medios de difusión es imprescindible para convocar a las multitudes a dichos eventos religiosos, ya que bombardean con una exagerada promoción a la sociedad desde meses antes de algún acontecimiento basado en intereses políticos y religiosos.

Ante el éxito obtenido en esta primera visita a México por parte del líder religioso, El Estado, la Iglesia y los medios de comunicación se percataron del estilo Papal que tendría que operar en los siguientes años.

La Iglesia se potencializó como actor político y muy visible en los medios de comunicación masivos y en los espacios públicos. Si bien el contexto cambiante del panorama político y social del país tuvo que ver, fue claro el impulso que el proyecto de Juan Pablo II y sus visitas tuvieron en la consecución de estos objetivos, coronados por la modificación del marco jurídico que había normado las relaciones entre el Estado y la Iglesia desde la Constitución de 1917, así como por el establecimiento de relaciones diplomáticas entre México y el Vaticano. La iglesia católica se unió a las voces que desde la década de los ochenta presionaban por una mayor participación política, es decir, una democratización del sistema político (Pérez, 2015: 30).

De esta manera la iglesia católica y los medios de comunicación han sido actores políticos claves en relación con el Estado mexicano, configurándose a partir del contexto social determinado por niveles de economía, bienestar, educación, percepción de la población sobre la acción del gobierno, etcétera; cabe señalar que evidentemente este tipo de participación tiende a exponerse en los momentos de crisis.

Actualmente hay una creciente participación de la iglesia en la vida política de México, en definitiva, una realización más directa que en décadas anteriores clara y autorizada por el Estado para fines e interés políticos.

Capítulo 2. Estado del arte

El estado del arte se conformó a partir de diferentes estudios provenientes de diversas universidades y autores que proporcionan información considerada relevante con la que se sustenta la investigación. Es necesario presentar este apartado en diferentes secciones debido a la variedad del tema que puede abarcar distintas perspectivas de investigación dependiendo el fenómeno que se estudie, ya que, no existen otras investigaciones que hablen específicamente del tema a tratar en esta tesis, pero sí algunos trabajos relacionados con los que se obtienen las principales fuentes de investigación.

Hoy en día se cuenta con un gran número de investigaciones que permiten reflexionar sobre el medio comunicativo de la prensa tal y como un espacio de consulta en el que se pueden desarrollar numerosos estudios, por ejemplo, analizando los discursos y contenidos dentro de un contexto determinado y creando una reconstrucción de ciertos momentos seleccionados al interpretar los datos que arroje un estudio de esta índole.

De esta manera, a partir de investigaciones sobre la prensa en México se han hecho aportes importantes como libros, tesis, ensayos y artículos que pretenden abarcar distintos temas y concebir una visión diferente de lo que es la realidad dentro del medio comunicativo.

2.1. Análisis del contenido de la Prensa sobre agenda setting y opinión pública

La tesis de maestría denominada *Análisis de Contenido de la sección internacional en la prensa mexicana (2002)* por Roberto Riva Palacios Alonso, analiza las características de la sección internacional de la prensa mexicana, en específico de los diario *Reforma, La Jornada y El Universal*. La investigación se aborda a partir de la perspectiva teórica de la Agenda Setting sobre las noticias internacionales, el autor emplea la metodología de Análisis de Contenido en donde la unidad de análisis fue la noticia internacional. Dicho estudio es importante ya que emplea la metodología, técnicas y teorías que se abordarán en la presente tesis.

Entre los resultados que se obtuvieron en esta investigación, se concluye que la sección internacional de la prensa mexicana es la que menos espacio obtiene, se concentra principalmente en temas políticos y diversos conflictos, la información que opera en esta sección es sintetizada, algunas veces descontextualizada y de carácter negativo. El autor señala la visión occidental en dicha sección, debido a la dependencia de las agencias informativas.

Otra tesis de maestría que utiliza la técnica de Análisis de Contenido y la teoría de la Agenda Setting se titula: *Presencia, representación y temas indígenas en la prensa mexicana: Análisis de Contenido de La Jornada, el Norte, Proceso y Época desde la teoría de la Agenda Setting y la sociología de la producción de mensajes durante el año 2000 (2000)* por Olivia Durán Santoyo, quien analiza el contenido de la prensa para identificar de qué manera se aborda el tema de lo indígena a partir

del establecimiento de la agenda mediática por medio de la teoría de la Agenda Setting y la sociología de la producción de mensajes. Entre los principales resultados que señala la autora es importante mencionar:

Se encontró que el conflicto armado en Chiapas es el tema indígena en el que mayor énfasis ponen los medios y que las fuentes oficiales, el sector no indígena, son las privilegiadas por los medios. Los indígenas, según los adjetivos utilizados en las notas, son las víctimas oprimidas, los débiles y desfavorecidos sociales, los explotados. (...). Ante esta situación no resulta difícil aceptar que la información que recibimos es consustancial al punto de vista de hegemónico, desde y relativo a los intereses de quienes detentan el poder (Durán, 2000).

Entre las tesis doctorales se encuentran, *La construcción de personajes: El subcomandante Marcos y la prensa en México 1994 a 1995* (2013). Por Gloria María Guadalupe Serrato Sánchez, quien establece un análisis de discurso para dar cuenta de la construcción de personajes en la prensa mexicana; la autora utiliza una metodología descriptiva y explicativa para el análisis del discurso y usa perspectivas teóricas como la Agenda Setting y el análisis semiótico. Entre los resultados que se obtuvieron de dicha investigación, vale la pena rescatar el siguiente:

El estudio de la actividad periodística nos lleva a reflexionar sobre la importancia que tiene este canal de la comunicación para la observación del mundo que nos presenta, del panorama de la vida que relata. Sabemos que los medios de comunicación como empresas obedecen a determinadas razones económicas y que ello condiciona la manera de mostrar los hechos.

El periodismo en México, tanto en su desarrollo histórico, como en la presentación de los acontecimientos que se llevan a cabo, ha estado dirigido por los intereses económicos, han buscado el apoyo para su sostenimiento en el gobierno, mediante convenios, que son acuerdos de publicidad disfrazada de información (Serrato, 2013: 302).

Entre las conclusiones de la autora, señala que el discurso periodístico de *El Financiero* fortaleció la imagen del Subcomandante Marcos, pues identificó cargas emotivas en el texto que fortalecían la construcción del personaje, el impulso afectivo de los periodistas, un léxico homogéneo al cubrir los acontecimientos en donde participaba el Subcomandante, además de otras características con las que se permitió corroborar las hipótesis planteadas al principio de la investigación, las cuales señalaban que los textos periodísticos buscaban aumentar el conocimiento de una realidad determinada en donde intervenía un personaje que modificaría la presentación de los acontecimientos y que para las nuevas generaciones es un personaje que sólo existió en el imaginario colectivo de una sociedad. (Serrato, 2013: 313-316)

También, la tesis doctoral por María Esther Arce Barceló, titulada *Análisis del periódico mexicano "La Jornada" un modelo de comunicación alternativa en la era de la globalización* (2011). En el cual establece un estudio del diario mexicano *La Jornada*, que apuesta como otro tipo de globalización que no sea la neoliberal.

La autora señala que las instituciones culturales y los medios de comunicación obedecen a intereses económicos y se instauran en la agenda política; por ende, el trabajo se aborda desde una crítica a la teoría burguesa de la comunicación, al estudio de la alienación derivada de la manipulación de las conciencias a través de los medios capitalistas de masas, y por último a las alternativas progresistas a la comunicación capitalista realmente existente (Arce, 2011: 20).

María Esther analiza el diario nacional mexicano *La Jornada*, concibiendo al medio como una herramienta alternativa de opinión que no apuesta por la globalización neoliberal. Emplea un análisis de control y contenido con el que concluye que *La Jornada* siendo un medio de comunicación independiente cumple con su función social.

La tesis doctoral *Un estudio sobre la inmigración (2000-2008): La construcción de la agenda (Agenda Building) y la evolución de los encuadres (Frame Building) en el discurso políticoparlamentario, mediático y sus referencias a la opinión pública* (2010), por Noemí Mena Montes, quien estudia al fenómeno de la inmigración a partir de la teoría de la Agenda Setting y el Framing para dar cuenta del proceso de interacción entre la cobertura de los medios de comunicación, los acontecimientos sociales y el debate político.

Mena concluye esta tesis afirmando una relación entre la plataforma política y la mediática. Además, resalta el papel de los medios de comunicación en la visibilidad del tema de la inmigración vinculado con la agenda política y pública. A partir del estudio de los encuadres de la inmigración en España, la autora señala a los *mass-media* como entes mediadores entre la realidad y la percepción a partir de la lógica de las instituciones públicas.

La siguiente tesis está enfocada al tema del *Encuadre noticioso sobre migración en la prensa digital mexicana. Un Análisis de Contenido exploratorio desde la teoría del Framing* (2011) por Carlos Muñiz, quien analiza la información que difunden los

medios mexicanos para detectar qué encuadres se utilizan para elaborar las noticias a partir de un Análisis de Contenido de 228 noticias publicadas en los periódicos digitales durante el 2007.

El autor concluye su análisis indicando que en las noticias analizadas se puede observar un uso conjunto de enfoques; señala que la prensa digital mexicana al narrar la migración se centra en el debate político, conflictos y confrontación.

Otro trabajo que indaga a partir de los elementos teóricos de la Agenda Setting mediante el Análisis de Contenido se titula *El papel de la prensa en la construcción de las representaciones sobre la problemática ambiental en los habitantes de Saltillo, Coahuila (2007)*, por Julieta Carabaza González, el cual estudia el papel de la prensa escrita en la socialización de los temas medioambientales.

El principal hallazgo que señala la autora dentro del análisis, es que el hecho de que la agenda de la prensa escrita sea significativa en la construcción de las representaciones en la ciudadanía no garantiza una respuesta favorable al entorno natural.

Un artículo que expone una reflexión sobre la producción de noticias en México sobre el tema de migración a partir del elemento teórico del *frame*, se titula *Encuadres noticiosos en la cobertura mediática de la transmigración en México 2009-2011 (2015)*, por Diego Noel Ramos Rojas. El autor utiliza el Análisis de

Contenido de dos diarios de Guadalajara, El *Informador* y *Mural* para dar cuenta de la problemática migratoria que forma parte de la agenda de los medios de difusión.

Entre las conclusiones que destaca el autor, enfatiza que los medios de comunicación cosifican a las personas migrantes, pues son representadas con una cifra. Además, la cobertura del tema de migración es mínima y se muestran principalmente noticias trágicas y violentas.

Por consiguiente, el trabajo denominado *Imágenes de México en la prensa norteamericana: Análisis comparativo de la cobertura de México en Time y Newsweek de 1980 a 1986, (1989)* por José Carlos Lozano, hace un análisis del tipo de cobertura que presenta la prensa norteamericana sobre México, para determinar qué tipo de tendencia se expone en la prensa, es decir, si ésta principalmente difunde tonos de crisis o conflictos del país. El autor realiza un Análisis de Contenido de las noticias sobre México publicadas por *Time* y *Newsweek* y hace una comparación con noticias de otros países.

En concreto, Lozano expone que dentro de la evidencia encontrada en el Análisis de Contenido resultó que más del 50% del espacio para noticias mexicanas en los periódicos internacionales *Time* y *Newsweek* enfatizan acerca de la crisis y conflictos en México. Conflictos como crisis económica, indocumentados y tráfico de drogas obtuvieron mayor espacio, por lo que el autor duda de la objetividad y neutralidad en esta cobertura.

En todo el mundo los medios de comunicación ejercen una influencia significativa sobre los asuntos públicos que pensamos y la manera en que vemos la realidad. Los aportes de estos autores contribuyen a revelar la influencia que se refleja a partir de las agendas mediáticas, la explicación psicológica del impacto sobre la agenda del público y las consecuencias en las actitudes, las opiniones, la concepción de las imágenes y el comportamiento individual y social.

2.2. Investigaciones que denotan la relación entre el Estado y los medios de comunicación

Dentro de esta línea de investigación, el libro *Mediocracia sin mediaciones Prensa, televisión y elecciones (2001)* por Raúl Trejo Delarbre, desarrolla un análisis sobre los medios de comunicación y su influencia en la opinión política a partir del tratamiento de la prensa y la televisión en las campañas electorales realizadas en México durante los años 1988 y 2000. El estudio se basa principalmente en los medios comunicativos y sus efectos políticos, sin dejar de lado el comportamiento de los partidos políticos y sus candidatos. Describe el ejercicio de los medios de comunicación dentro de un proceso de cambios políticos que influye en la transformación de las opiniones políticas de los ciudadanos.

Sobre este mismo autor, en un artículo publicado por la Revista *Configuraciones No 41*, Revista de la Fundación Pereyra y del Instituto de Estudios para la Transición Democrática, *Información y medios en la Constitución de Ciudad de México, (2016)* por Raúl Trejo, nos muestra el papel que tienen los medios de comunicación en el

país, la forma en cómo estos medios son regulados y la supervisión de sus contenidos. También, Trejo señala como se concertan los espacios que los medios proporcionan para las campañas electorales. Es decir, el autor explica la normatividad establecida por las instancias federales en cuanto a las concesiones de los medios, considerados como integrantes imprescindibles en la vida pública del país.

Sobre esta misma línea, se demuestra el ejercicio de los medios de comunicación para la influencia de la opinión pública a través de los candidatos presidenciales, en el artículo denominado *López Obrador: La construcción de una campaña, (2007)* por Raúl Trejo Delarbre, se hace referencia a la campaña política del año 2006, en donde los ciudadanos fueron expuestos a un sinnúmero de mensajes mediáticos que buscaban consolidar opiniones acerca de los candidatos presidenciales.

María Luisa Sánchez Calero muestra un repertorio con trabajos docentes desde distintas concepciones teóricas para analizar las estructuras discursivas del periodismo a partir de las investigaciones y opiniones propias de distintos autores; el libro se titula *Géneros y discurso periodístico, (2011)*. Dentro del primer capítulo se expone una investigación sobre la situación en España y los medios de comunicación, una intervención de los medios para crispar el panorama político del país: “Muchas son las voces que aseguran que los medios de comunicación están llegando a unos niveles de implicación política tan elevada que están colaborando, cuando no induciendo, a crear un clima de creciente violencia en los ciudadanos” (Abejón, 2011:19).

En el trabajo denominado *La investigación académica sobre el papel de los medios de comunicación en los procesos electorales en México (2000)*, de Francisco de Jesús Aceves González, se explica desde la perspectiva académica el panorama en donde yacen los medios de comunicación como actores indispensables en los procesos electorales en México. Por ende, dentro de las conclusiones el autor menciona que: “Efectivamente, en el acontecimiento electoral intervienen los procesos de comunicación social en su totalidad” (Aceves, 2000: 19).

El artículo titulado *La cobertura de la prensa en torno a la inseguridad migratoria durante elecciones presidenciales (2013)* de García, Carreón, Hernández, Bautista y Méndez, marca un panorama en que la prensa mexicana enmarca sus noticias en torno a los intereses políticos de los pre-candidatos sesgando sus contenidos para manipular a la audiencia. Los autores estudian este tema bajo la teoría de la Agenda Setting.

Dentro de las conclusiones resultantes en el análisis, los autores exponen que el contexto preelectoral de México coincide con la baja mediatización de la inseguridad migratoria a pesar de ser un tema de importancia a nivel nacional e internacional en esos momentos. En este sentido, se muestra que los medios de comunicación impresos influyen de manera parcial sobre la audiencia, de esta manera, se rectifica una de las premisas fundamentales de la Teoría de la Agenda Setting.

Sobre esta misma línea, el texto de Felipe López Veneroni, titulado *La significación de lo político en el discurso periodístico en México 2006-2007 (2010)*, nos ofrece

distintos estudios periodísticos desde investigaciones que examinan la relación entre el poder y los medios impresos en México, tal y como Roberto Sánchez Rivera, en *El panorama mediático en México prensa y poder*, quien hace un análisis comparativo entre el contenido del periódico *Excélsior* en 1976 y las formas tradicionales del ejercicio periodístico que ejerce la prensa liberal del siglo XX; analiza la opinión pública y el sistema político.

Por ende, estas investigaciones se consideran aportaciones importantes, pues nos ofrecen una perspectiva crítica de algunos de los diarios de circulación nacional más influyentes en el país, lo que permite obtener claridad ante la cuestión política que presenta la prensa contemporánea.

2.3. Investigaciones sobre el análisis de la relación iglesia católica, la prensa y el Estado

Entre algunos estudios críticos sobre la Iglesia y los medios de comunicación se encuentra el libro titulado *Estado, iglesia católica y anticlericalismo. La primera visita de Juan Pablo II en la prensa de opinión* (2013) de Nora Pérez Rayón, quien realiza un análisis histórico y sociológico sobre la primera visita del Papa Juan Pablo II a México como un acontecimiento de espectáculo mediático. La autora indaga en la historia de las relaciones entre los entes de poder, Estado, Iglesia y medios de comunicación a partir de la visita del pontífice en un país líder de la religión católica.

Rayón utiliza como herramienta el análisis de la prensa, en específico las columnas editoriales con las que fue posible detectar las distintas posturas acerca de la visita papal. Dentro de las conclusiones que señala la autora plantea que, aunque dicho acontecimiento puede considerarse de muy corta duración, la visita fue decisiva en el desarrollo de las relaciones entre la Iglesia y el Estado mexicano de fines del siglo XX.

Otro trabajo que sin duda desenmascara el comportamiento de los medios de difusión en cuanto a la cobertura religiosa es *Laicidad y medios de comunicación (2013)*, de Raúl Trejo, quien explica cómo los medios comunicativos están aliados con la iglesia católica en México:

Cualquier observador externo que mirase la televisión durante esas horas aseguraría que en México la iglesia católica tiene pleno acceso a los medios electrónicos de comunicación. La difusión nacional de un festejo religioso no es común en el mundo. Mucho menos en un país en donde, según la ley, la transmisión de actos religiosos solamente puede ocurrir de manera extraordinaria (Trejo, 2013: 3).

Por consiguiente, el artículo de Mónica Uribe, *El Papa Francisco y México. La iglesia católica en México durante el pontificado de un jesuita argentino: Jorge Mario Bergoglio (2014)*, aplica un análisis sobre el impacto de la iglesia católica en México durante las visitas papales. En conclusión, la autora señala que la visita del Papa se realiza en medio de una crisis en la percepción de la imagen presidencial debido a la falta de resultados de las políticas públicas, por lo que menciona que se puede pensar como una visita estratégica que permita la legitimación externa del gobierno mexicano.

De la misma manera, el trabajo *La Iglesia y los Medios de Comunicación Social* (2005), de Amador Navarrete Canales, es un trabajo importante, pues pretende clarificar la relación entre la Iglesia y los medios de comunicación social a través de los últimos pontífices y sus visitas. El autor concluye señalando que la Iglesia tiene un fuerte impacto en los medios de comunicación al ingresar al siglo XXI, incluso en Internet.

Otro estudio importante que analiza al máximo líder religioso es, *La revolución de la ternura, el verdadero rostro del Papa Francisco*, (2014), de Francesc Torralba, un ensayo que aborda la figura del Papa Francisco; explora entre los significados de sus discursos y argumentación a través de palabras clave que surgen constantemente durante sus apariciones públicas. El autor concluye señalando las coincidencias y afinidades con el magisterio anterior a ser elegido obispo de Roma.

Por ende, la investigación *Los viajes papales y el diálogo interreligioso. El tratamiento informativo de la presencia de Francisco en Tierra Santa según la prensa española*, (2014) de Manuel Jesús Cartes Barroso, quien identifica la cobertura de los medios de comunicación durante la visita del Papa Francisco a Tierra Santa y analiza cómo las noticias se representan en los medios. Este estudio aborda la teoría de la Agenda Setting y Framing. Dentro de las conclusiones, el autor señala que los diarios con un perfil cristiano y alejados de la izquierda dedican mayor cobertura informativa al viaje papal a Tierra Santa; el recurso gráfico más utilizado fue la fotografía; se percibe un gran interés en la prensa por el viaje papal.

Sobre esta misma línea, el trabajo de Lorena Frisella y Néstor Daniel González denominado *Habemus Papa. Acerca de la construcción informativa de los diarios españoles en la elección del nuevo pontífice (2006)*, analiza la cobertura de algunos medios de comunicación españoles entre la muerte del Papa Juan Pablo y la llegada de Benedicto. El estudio se aborda a partir de la Agenda Setting sobre el análisis de tres periódicos *El Mundo*, *Galicia en el Mundo* y *Galicia Hoxe*, la perspectiva de la investigación se aborda a partir del impacto de la comunicación que ejercen los medios sobre las prácticas políticas para dar cuenta de cómo los medios concentraron la información en torno a la elección papal.

Los autores concluyen señalando el impacto de las comunicaciones en las prácticas políticas, desde montar en la televisión una “puesta en escena”, la personalización de los Papas, la dramatización, hasta la votación en donde fue elegido Joseph Ratzinger. “Con todas las críticas o los elogios que pueda recibir la iglesia católica, no podemos negar que realizó un montaje perfectamente articulado para que el mundo tuviera puesta la atención en ella”. De esta manera, el análisis reflejó que “la Iglesia adaptó sus prácticas políticas y simbólicas al funcionamiento de los medios de comunicación, teniendo como “vedette” a la televisión” (Frisella y González, 2006).

Otro estudio que aborda el tema de las visitas papales en los medios de difusión se titula *Hibridación de géneros en el tratamiento de grandes eventos de informativos de televisión El caso de la visita del Papa a España en la Sexta Noticias, (2011)*, de Amparo López Meri, quien aplica el Análisis de Contenido cualitativo para medir la

muestra sobre la visita del Papa a España a partir de conceptos teóricos como *gatekeeper* y *newsmaker*. Dentro de los resultados del estudio, la autora señala que la visita del Papa a Santiago de Compostela y Barcelona es la nota de apertura en medios comunicativos analizados y a la que más tiempo se le dedica en los sumarios. También, menciona que se utilizaron criterios basados en el impacto del material audiovisual con el fin de entretener y no de informar. Por ende, la autora concluye argumentando qué:

“Las barreras que separan información, entretenimiento y espectáculo se rompen en el discurso construido por la Sexta Noticias, cuyo estilo narrativo se basa en los mismos criterios que definen el concepto de infoshow. Predomina la descripción de anécdotas frente al análisis de la información, el enfoque de las piezas busca el morbo, adquieren protagonismo las imágenes curiosas en lugar de los mensajes y sus repercusiones, se prescinde de fuentes oficiales” (Meri, 2011).

Dentro de las investigaciones que marcan el estudio sobre la relación entre la Iglesia y el Estado estableciendo un análisis a partir del proceso histórico de México en cuanto a la postura política que ha ejercido la iglesia católica se encuentran: *Juan Pablo II y México. ¿Una relación especial en el contexto mundial? (2015)* de Nora Pérez Rayón; un artículo que da seguimiento a cada una de las visitas que realizó el Papa Juan Pablo II a México, un personaje que para la autora es un actor clave en las relaciones de la iglesia católica universal, el Estado y la sociedad.

Rayón concluye mencionando que la Iglesia se potencializa como un actor político importante de los medios de comunicación masivos y en los espacios públicos:

Los medios masivos de comunicación se convirtieron en activos propagandistas del catolicismo y de Juan Pablo II, especialmente la televisión y el radio. Estos medios contribuyeron a configurar en el imaginario colectivo la presunción de que México era una especie de pueblo elegido por el pontífice, desde su primera visita al país. Muchos comentaristas se manifestaron como promotores del catolicismo y verdaderos apologistas del sumo pontífice. (Rayón, 2015).

Por ende, es pertinente identificar a partir del análisis periodístico las diversas manifestaciones con las que trabajan los medios de comunicación masiva y el papel político y social con el que se desenvuelven para dar cuenta de la relación que tienen éstos con la Iglesia y el gobierno.

Capítulo 3. La visita del Papa Francisco a México, una explicación teórica desde la Agenda Setting y el Análisis de Contenido

Dado que el objetivo central del presente trabajo es conocer la forma en cómo se agenda en los medios de comunicación el fenómeno de la visita papal que se posiciona como agenda pública y que por ende tiene relación con la agenda política (pues cualquier tema que forma parte de la agenda mediática obedece a fines de poder), se utiliza directamente la teoría de Agenda Setting³¹ para desarrollar ejes conceptuales sobre los que apoyar la lectura interpretativa de los medios de comunicación.

3.1. La Teoría de la Agenda Setting

El origen de esta teoría data en la década de 1920, en donde Walter Lippmann³² en su obra clásica *Public Opinión* comienza a reflexionar acerca de la opinión pública y el comportamiento de la mente ante la recepción de las imágenes difundidas por los medios de comunicación.

A principios del siglo XX, Walter Lippmann señala en su obra *Public Opinion*, en el capítulo “El mundo exterior y las imágenes que tenemos en nuestra cabeza” (“The

³¹ Según el *Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (RAE)* define la palabra “agenda” cómo “Relación de los temas que han de tratarse en la junta o de las actividades sucesivas que han de ejecutarse” (Real Academia Española, 2001) Por otro lado, “*Setting*” significa configuración.

³² Lippmann fue pionero en el estudio de la influencia de los medios de comunicación sobre la opinión pública. Señaló que los medios son actores imprescindibles en la construcción de las percepciones sobre los temas o cuestiones de interés público.

World Outside and the Pictures in Our Heads” 1922, p. 3-20), que los medios de comunicación son la fuente principal de creación de imágenes del mundo exterior en nuestras mentes. Con esto se destaca que el mundo que nos rodea es demasiado grande como para poder acceder a la información de primera mano por medios propios. Por ello, los medios nos cuentan cómo es ese mundo o información al que no tenemos acceso con el riesgo de que nuestras mentes reproduzcan un mundo distinto al real, ya que éste está “fuera del alcance, de la mirada y de la mente (...) (Lippmann, 1922 en Rodríguez, 2004: 15).

La teoría de la *Agenda Setting* fue designada por Maxwell McCombs y Donal Shaw³³ en "*The Agenda-Setting Functions of the Mass Media*", (1972), esta teoría es fundamental para explicar la influencia de los medios de comunicación sobre la opinión pública.

Hablar de Agenda Setting como anglicismo es referirse al conjunto de temas seleccionados para formar parte de un índice o agenda. En este sentido, lo que plantea la teoría es que los medios de comunicación cuentan en su haber o seleccionan de alguna manera el índice de temas resaltados, temas o índices que serán traspasados por la agenda de los medios a la agenda del público (Rodríguez, 2004:16).

Según esta teoría, mientras más cobertura da la prensa a cierta información, más importancia manifestará la población ante una noticia determinada, por lo tanto, los medios de comunicación tienen la “capacidad” de nivelar la importancia de la

³³ Maxwell McCombs, (1940), doctor en la universidad de Stanford, nació en 1940, estudió letras en La Tulane University, donde se graduó en 1960. Se inició en el periodismo como reportero del *New Orleans Times* (1961-63).

Donald L. Shaw (1942), profesor norteamericano de La escuela de Periodismo y Comunicación de masas de La universidad de Carolina del Norte en Chapel Hill.

información de manera jerárquica en la población. Bernard C. Cohen³⁴ con respecto a la Agenda Setting, puntualizó que: “La prensa no tiene mucho éxito en decir a la gente qué pensar, pero sí lo tiene en decir a sus lectores sobre qué tienen que pensar” (Cohen, 1963 en Varona, 2011: 3).

Entonces, la teoría estudia la influencia de los medios sobre la audiencia a través de la selección de los temas y contenidos que estarán en las portadas de los medios, y que tendrán una constante difusión convirtiéndose en información relevante en la percepción de los receptores.

Sobre esta misma línea, se integra el término de “La relevancia” (***Salience***), el cual forma parte de los términos fundamentales que se utilizan en los estudios de Agenda Setting; *Salience* hace referencia al nivel de importancia que tiene un tema, esta relevancia cambia en las agendas, por lo que determina la influencia en la agenda pública y los asuntos que las instituciones tienen como prioridad en sus agendas. “(...) pertenece al ámbito de la jerarquización de los temas, destacando unos sobre otros”. (Rodríguez, 2004: 32).

Otro elemento importante que funciona en la Agenda Setting es el concepto de “atención” (McCombs y Shaw, 1972) que se centra en la frecuencia y visibilidad de un tema al mismo tiempo que evalúa el proceso de transferencia del mismo en las

³⁴ Bernard C. Cohen (1914) Doctor en la Universidad de Harvard, fue de los principales pioneros en la historia de las ciencias estadounidenses.

diferentes agendas” (Mena, 2010:11). Por ende, el estudio se concentra en la noticia de la visita papal a partir de su frecuencia y presencia en la agenda mediática.

Por otro lado, los efectos de la Agenda Setting no son iguales en todos los receptores, ya que no todos los “temas” (**Issues**)³⁵ tendrán el mismo nivel de influencia en los individuos, existen otros factores que afectan en la recepción de los temas, como las necesidades personales y la información percibida del tema.

Bajo este mismo sentido, la audiencia se siente cómoda con unos temas más que con otros, por ello, algunos temas de la agenda tendrán diferente impacto en la audiencia a diferencia de otros: “Esta familiaridad con el tema hace que el público sea mucho más crítico y menos influenciado por los medios de comunicación; su experiencia personal le otorga una “posición privilegiada o de ventaja” (Rodríguez, 2004: 32).

Si los medios al difundir una noticia resaltan aspectos negativos o positivos sobre un suceso o personaje, se genera en los receptores reacciones similares, ya sea de disconformidad ante la realidad que se le está presentando o bien, de aceptación que recibirá la audiencia.

³⁵ Los temas (Issues): Se refiere a los temas que formarán parte de las agendas, “se refiere a un asunto general, o por decirlo de alguna manera, serían los acontecimientos “*de siempre*” que más preocupan a la sociedad, tales como la política, sanidad o economía” (Rodríguez, 2004: 29). Estos ocupan lugares destacados dentro de los medios, como la primera plana del periódico; también otros términos utilizados para nombrar un tema son “*object e ítem*”.

Por consiguiente, al proceso de selección de las noticias catalogadas como más importantes se le atribuye al trabajo de “El seleccionador de noticias” (*gatekeeper*), también llamado “guardabarreras” o “personas con influencia” (*influencers*), término más utilizado hoy en día en la sociedad digital, éste determina la agenda de los medios de comunicación, se trata de la persona o las personas que establecerán cuáles serán las noticias que se fijarán en las agendas, por lo que “suben” constantemente temas estimados importantes. <<Es una especie de “hombre tamiz” que deja pasar unas informaciones y otras no, que realza, comunica o silencia unos temas sobre otros>> (Rodríguez, 2004: 40).

Rodríguez explica que en el guardabarreras influyen ciertos factores que determinaran la forma en cómo selecciona las noticias, tales como la subjetividad de la persona, el espacio tiempo y los factores circunstanciales en donde aparecen temas destacados como el caso de “acontecimientos destacados” (*events*), que ocurren de manera imprevista (Rodríguez, 2004: 40).

Existen dos niveles de investigación respecto a la Agenda Setting, en el primer nivel se consideran tres aspectos importantes: 1. El juicio personal de los ciudadanos recae en el nivel de presencia que tenga un asunto en los medios informativos, así se verifica la influencia de los medios; 2. La forma de jerarquizar los acontecimientos importantes por parte del sujeto, que es similar a la valoración que operan los medios de comunicación sobre los problemas; 3. La práctica diaria sobre la estructuración de la realidad local, los medios influyen en la agenda de interés de su audiencia (Abela, 2008: 97-98).

En el primer nivel se estudian los “Problemas Más Importantes” (PMI) y la *Silencie*, considerados como la relevancia que los medios le dan a los contenidos en sus agendas y por lo tanto, la importancia que las personas que se exponen a esos medios darán al asunto que los medios consideren relevante; el segundo nivel se centra en las características cognitivas y afectivas de los asuntos, es decir, los medios determinarán u orientarán la imagen que perciben las personas sobre algún *issue* o personaje de agenda pública.

En cuanto al segundo nivel, la selección de noticias que serán publicadas se determina a partir del efecto “preparación del público” (**Priming**). Así que, los medios tienen la capacidad de construir un escenario en donde se “prepara” a la audiencia hacia ciertas emociones al interpretar el acontecimiento en cuestión, “Con ello lo que se consigue es que el público se cree una “primera impresión” consolidándose la importancia que se le va a dar a un tema, aunque pueda modificarse en posteriores contactos” (Rodríguez, 2004: 66).

Este segundo nivel de análisis se refiere principalmente a los “aspectos” o “atributos” de la información, “cuando un periodista informa sobre un hecho le es inevitable usar palabras cargadas de matices y tonos que no indican precisamente neutralidad en los temas a las que denominaremos “aspectos” o “atributos”. Estas palabras cargadas de opinión, denominadas atributos también influyen en la percepción de los individuos sobre los acontecimientos del momento” (Abela, 2008: 98).

De esta manera, el primer y segundo nivel de la agenda se posicionan como dos procesos comunicativos distintos. En el primer nivel se presentan a la opinión pública los hechos (***issues o events***); en el segundo nivel estos temas, eventos, personajes, etc., se exponen con un tipo de información subjetiva y premeditada cargada de atributos que generan interpretaciones positivas o negativas en la imagen que se crea la audiencia. Ante estos procesos, se determina que los medios de comunicación tienen el papel de dirigir y encuadrar la opinión pública.

Este segundo nivel de la agenda llamada “agenda de los atributos” se relaciona de manera directa con la teoría del “encuadre” (***framing***), ya que su análisis se asemeja con los aspectos del encuadre al centrarse en la subjetividad que se expone en la información con la que es presentado un acontecimiento, así como también enfatiza en que los *mass-media* muestran cómo pensar sobre determinados temas. Sin embargo, existe una discusión de diversos autores sobre esta teoría como consecuencia del segundo nivel de la Agenda Setting, pues determinan que el *Framing* es una teoría llenamente diferente al segundo nivel de la agenda.

Por ende, la Agenda Setting se concentra sobre el posicionamiento y la relevancia que los medios dan a ciertos temas, así como también en las percepciones colectivas que tendrá el público a partir de determinados atributos o aspectos con los que se carga la información sobre un suceso o personaje, lo cual es diferente a los encuadres que señala el *Framing*, pues sólo se focalizan en la forma en cómo se presentan los temas a la audiencia.

De tal modo, el *Framing* determina la orientación con la que el periodista estructura la noticia, es decir, una tendencia categórica que obtendrá el texto noticioso en toda su extensión para consolidar un enfoque particular en la percepción de la audiencia. “Según Entman³⁶ (1993: 52) el *Framing* está vinculado principalmente con selección y relevancia; encuadrar (**to frame**) es seleccionar algunos aspectos percibidos de la realidad y hacerlos destacar en los medios de comunicación, es decir, es una forma de hacer destacar un problema particular” (Rodríguez, 2004: 67).

Entonces, el primer nivel del establecimiento de la Agenda Setting analiza la prominencia del *issue* o *event* y el segundo nivel la prominencia de la subjetividad y el atributo.

Por consiguiente, se emplean tres tipos de agendas cuando se estudia la Agenda Setting: **la agenda de los medios**, que radica en la medición de los *issues* que ocupan las portadas de los medios, “su principal variable reside en la medición de un tema en cualquiera de los medios de comunicación” (Rodríguez, 2004:17).

La agenda pública se refiere a aquella importancia que le da el público a un tema noticioso o relevante durante un periodo de tiempo, esta agenda se mide por encuestas realizadas a un número de población. <<El segundo estudio investiga la “agenda-setting del público” midiendo la importancia que tiene la selección de determinados temas entre la audiencia y el público>> (Rodríguez, 2004:17).

³⁶ Robert M. Entman, profesor de Relaciones Internacionales en la Universidad George Washington. Propuso en 1993 una reflexión acerca de los medios como proveedores de los *issues* y encuadres que limitarán el pensamiento de los receptores.

La investigación sobre la agenda pública se obtiene a partir de las respuestas de dichas encuestas, en donde las principales preguntas se construyen desde el “*Problema más importante*” (**PMI**): Para usted, ¿cuál es el problema más importante que enfrenta el país?, estas respuestas y el tiempo que se mantengan en la agenda definen la agenda pública. <<En último lugar figura la “agenda-setting política” distinguiéndose de las anteriores por centrarse en las respuestas y propuestas que ofrecen los grupos políticos y las instituciones sociales sobre determinados temas. Temas que son objeto de debate público y que, en parte, aparecen en las agendas de los medios o en las del público>> (Rodríguez, 2004:17).

El tercer tipo de agenda es **la agenda política**, en ella se mide el tipo de acciones a las que recurren los gobiernos a partir de sus intereses. Estas acciones formarán debates y serán incluidos en la agenda de los medios como temas destacados para posicionarse en la agenda pública. <<Para Dearing y Rogers (1996: 72) esta agenda representa la “llave maestra” de todas las agendas ya que es la encargada de generar temas nuevos que influenciarán la agenda de los medios y la del público>> (Rodríguez, 2004: 22).

En definitiva, los medios de comunicación son actores clave en el mundo político, ya que las figuras institucionales requieren difundir sus ejercicios o programas al público para así llamar su atención y obtener beneficios de acuerdo a sus propios intereses; los medios requieren esa información y el “consentimiento” para acceder a las fuentes noticiosas. Según Chomsky: “Los gobiernos y los medios de comunicación se ponen de acuerdo para que, a la hora de jerarquizar las noticias,

se promocionen aquéllas que pueden favorecer los postulados, pensamientos o intereses del Estado”. (Lira, 2015).

Por otra parte, en la investigación de la Agenda Setting existen otros elementos que actúan como indicadores de orientación, “**indicadores del mundo real**” que radican en contextualizar un hecho o tema a partir de conocer el panorama que conforma el mundo en ese momento. Dentro del estudio, estos elementos funcionan como una variable que pretende medir de manera objetiva el riesgo que conlleva un problema social:

En ellos existe la intención de conocer cómo la agenda de los medios es capaz de comentarlos, criticarlos, silenciarlos o reproducirlos partiendo de datos reales. También se trata de ver el tipo de impacto o efecto que, ya sea duradero o permanente, consigue en la agenda pública y qué tipo de medidas se adoptan en la agenda política (Rodríguez, 2004: 24).

De acuerdo con la teoría de la Agenda Setting, otros de los principios más importantes que la componen son:

Marco Temporal (*Time Frame*): Es una variable de tiempo que se remite al proceso que se emplea cuando surge un *issue* en las agendas, su tratamiento y desaparición. “es conveniente dividir en tres los marcos temporales: 1) la duración del periodo de medición de la agenda temática de los medios; 2) el desfase temporal entre la medición de la agenda temática observada en los medios y la medición de las agendas personales de los individuos consultados; 3) la duración de la medición de la agenda de la audiencia” (Rodríguez, 2004: 34).

Variables demográficas: son herramientas básicas con las que se puede medir la influencia de los medios de comunicación sobre las audiencias: sexo, escolaridad, edad, etcétera. “Conocer los perfiles de las audiencias de forma pormenorizada suma un valor no sólo académico o científico en una investigación sino comercial, político” (Rodríguez, 2005: 38).

Agenda Intrapersonal: esta agenda se sitúa en el pensamiento de las personas, desde sus opiniones, actitudes, núcleo familiar y laboral, etc. “Cuando el público carece de experiencia personal en un tema que puede afectar las agendas personales, los medios tienen la posibilidad de influir” (Erbring, 1980 en Rodríguez, 2004: 41).

Agenda Interpersonal: son los temas cotidianos que a veces los incluye la agenda de los medios. “(...) aunque el tema sea cotidiano, si no existe una experiencia personal los individuos recurrirán a los medios para orientarse sobre el tema” (Rodríguez, 2004: 42).

Respecto al proceso metodológico, la unidad de análisis que establece la Agenda Setting son los “objetos”, entendidos como un asunto o situación de interés, como: los temas relevantes (*issues*), acontecimientos destacados (*events*), figuras públicas, políticos, líderes religiosos, etc. Estos objetos constan de atributos que serán resaltados por los medios de comunicación en la agenda. Este planteamiento metodológico se desarrollará en el siguiente capítulo.

Por consiguiente, el análisis de la Agenda Setting se realizará a través de la técnica del Análisis de Contenido, con este análisis se realizan diferentes mediciones del tema objeto de estudio, por ejemplo, el número de artículos, páginas o columnas y la ubicación de la información; este proceso comienza cuando un tema aparece en la agenda mediática y la duración del seguimiento de cobertura dependerá de los objetivos de la investigación (Rodríguez, 2004: 19).

3.2. La Técnica de Análisis de Contenido

Para el 2019 la técnica de Análisis de Contenido asume más de 50 años de existencia, la técnica fue propuesta por Bernard R. Berelson³⁷, quien la definió como “una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación”. (Berelson, 1952 en Krippendorff, 1990: 29). Sus inicios se emprenden en 1948 con el estudio de Berelson y Paul Lazarsfeld, más tarde, en 1959 Berelson publica una versión corta del mismo texto, por lo que se le consideró el principal fundador de la técnica del Análisis de Contenido.

Pero sin duda, el texto más importante escrito por Berelson sobre la técnica, en la década de los 40's, fue el que elaboró junto con Paul F. Lazarsfeld: *The analysis in communication content* publicado en 1948. En 1952 ahora con sólo su nombre

³⁷ Bernard R. Berelson (1912-1979), sociólogo, demógrafo, politólogo y comunicólogo, nació en Spokane, Washington. Fue fundador junto a Paul Lazarsfeld en el estudio de comunicación política. Obtuvo su doctorado en la Universidad de Chicago. Entre sus publicaciones se encuentran *Mass communications* (1949); *Graduate Education in the United States* (1960); *Human Behaviour* (1964), y destaca *Content Analysis in Communications Research* (1952), obra con la que crea el Análisis de Contenido.

publicó *Content Analysis in Communication Research* (Hafner Press, Nueva York), un libro fundacional sobre la metodología del Análisis de Contenido aplicado a los medios de comunicación; pero, nuevamente, en 1959 por compromisos profesionales y académicos Berelson publicó otra versión más breve del texto de 1948 en la revista *Handbook of Social Psychology* (volumen I, pp 488-522). Estos textos clásicos más citados que leídos fueron el acta de nacimiento y propagación de la nueva técnica disponible para el estudio de los contenidos de comunicación. (Cardoso, 2010: 46).

Autores como Lasswell, Krippendorff, Alexander L. George, Holsti, entre otros, suman diversos antecedentes y esfuerzos individuales y colectivos que constituyeron hasta el día de hoy la definición y caracterización de esta técnica de investigación que se conformó como la metodología del Análisis de Contenido.

Para Sampieri, el Análisis de Contenido “es una técnica para estudiar cualquier tipo de comunicación de una manera “objetiva” y sistemática, que cuantifica los mensajes o contenidos en categorías y subcategorías, y los somete a análisis estadístico (Sampieri, *et al.*, 2010: 260).

Esta herramienta metodológica se ha utilizado en numerosos estudios que buscan analizar los procesos de comunicación a partir de diversos medios comunicativos y contextos, desde los contenidos de prensa, la programación televisiva, discursos, conversaciones, etcétera; ya que los medios son considerados como los principales difusores de la información social. Por ende, esta técnica es vital para el desarrollo de la presente investigación, y es que a partir del Análisis de Contenido se podrá interpretar el contexto dentro del texto.

Ramón Reig advierte sobre la necesidad de hacer un análisis estructural de los mensajes informativos en general y, de los periodísticos en particular debido a que “los mensajes periodísticos de los medios de comunicación no existen por azar, no se producen sobre todo a partir de pautas lingüísticas o supuestamente asépticas y rigurosas, sino, por regla general, a partir de dos elementos que suelen ir unidos: el interés ideológico y el interés comercial (Arce, 2011).

Esta metodología nos permitirá examinar e interpretar el lenguaje de los textos que se presentan en la prensa nacional, donde los datos obtenidos darán cuenta de cómo se agenda la visita papal en la agenda mediática.

El Análisis de Contenido se ha desarrollado con un carácter cuantitativo y cualitativo, pues además de sistematizar los datos obtenidos de manera matemática y objetiva, ha tenido una dimensión cualitativa que se remite a una técnica indirecta, pues dicho análisis varía según su propósito de estudio, es decir, según el tipo de textos que serán analizados e interpretados. Así, el Análisis de Contenido permite comprobar e interpretar el sentido latente, lo implícito, que emerge dentro del texto explícito.

(...) el Análisis de Contenido se limita por lo general al estudio del contenido manifiesto de la comunicación y habitualmente no se aplica en forma directa al análisis de las intenciones latentes que el contenido puede expresar o de las respuestas latentes que puede provocar. Sin embargo, los resultados del Análisis de Contenido sirven frecuentemente como base para hacer estas “interpretaciones del contenido” (Berelson, en Estrada y Lizárraga, 1998: 110).

De esta manera se da paso al Análisis de Contenido cualitativo que va más allá de los datos neutros y objetivos, pues la inferencia es un elemento primordial para la funcionalidad de dicha técnica.

Por ende, para Krippendorff, el Análisis de Contenido reside en ser “una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que pueden aplicarse a su contexto” (Krippendorff, 1990: 28).

Los pasos metodológicos para emplear el Análisis de Contenido en una investigación, según Sampieri, Collado y Baptista son:

1. Definir el universo y seleccionar una muestra representativa.
2. Establecer y definir las unidades de análisis.,
3. Establecer y definir las categorías y subcategorías de la investigación.
4. Seleccionar a los codificadores.
5. Elaborar las hojas de codificación.
6. Entrenar a los codificadores.
7. Calcular la confiabilidad de los codificadores.
8. Efectuar la codificación.
9. Vaciar los datos en las hojas de codificación y obtener totales para cada categoría.
10. Realizar los estudios apropiados

(Hernández, 2003: en Cardoso, 2010: 10 - 11).

Durante este proceso metodológico, por su parte Krippendorff señala que en el Análisis de Contenido se efectúan las siguientes etapas: de elaboración de los datos que determinaran las unidades de análisis; el muestreo y el registro (que están interconectados); la reducción de los datos; la inferencia (la razón de ser de todo Análisis de Contenido) y, finalmente, el análisis que recurre a la validación.

Por consiguiente, en cuanto a las unidades de análisis, Krippendorff señala que para llevar a cabo el Análisis de Contenido es necesario focalizar el estudio a partir de la distinción entre las siguientes unidades de análisis:

Las unidades de muestreo: son las unidades a analizar, como el periódico.

Las unidades de registro: son las partes de contenidos que se puede categorizar, la sección del diario que nos interesa analizar.

Las unidades de contexto: son las que contienen la información contextual, por ejemplo, la editorial del diario a investigar (Krippendorff, 1990: 76-87).

La unidad de registro es “la porción más pequeña del contenido dentro de la cual se cuantifica la aparición de una referencia” (una referencia es la aparición única de un elemento del contenido). La unidad de contexto es “la porción más grande del contenido que se puede analizar para caracterizar la unidad de registro”. La unidad de registro puede ser, por ejemplo, una sola palabra o término, pero para distinguir si el término particular se trató favorable o desfavorablemente, se adiestrará al analista para que tome en cuenta la oración completa en que aparece el término (es decir, la unidad del contexto), en otro caso, la unidad de registro sería la oración y el párrafo la unidad de contexto; de esta manera, se tomaría en cuenta al párrafo en la codificación de la oración (Carney, 1972 en Cardoso, 2010: 91).

En cuanto a la **unidad de clasificación y la unidad de enumeración:**

Se refiere simplemente a la diferencia entre la base, sobre la cual se analiza o se clasifica el contenido y la base sobre la cual se tabula o se registra. Así, un analista puede clasificar un reportaje completo dentro de una determinada categoría y luego registrar el resultado en términos del tamaño de las columnas. En este caso, el ítem de noticias es la unidad de clasificación y el tamaño de la columna es la unidad de enumeración (Carney, 1972 en Cardoso, 2010:91).

En este mismo sentido, Julio Estrada Cortés y Alfonso Lizárraga Bernal (1998) en el Capítulo III, El Análisis de Contenido Hacia una metodología de la reconstrucción, explican las cinco principales unidades para el Análisis de Contenido propuestas por Berelson: palabras, temas, personajes, ítems y medidas de espacio y tiempo:

La palabra: es la unidad de análisis más pequeña donde se puede medir cuantas veces aparece una palabra en un mensaje. *Esta unidad, que incluye tanto composiciones de palabras en forma de frases, como palabras aisladas, es idéntica al símbolo o “unidad de símbolo” de Lasswell (1942) y al “término” de Leites y Pool (1942). Su aplicación tiene como resultado una lista de frecuencias relativas de palabras seleccionadas o de categorías seleccionadas de palabras.*

La palabra clave: son aquellas palabras que sirven para formular las inferencias y con las que podemos indagar el sentido con que la palabra ha sido utilizada.

El tema: es un enunciado conformado por un sujeto y un predicado, para Berelson, es una afirmación acerca de un asunto determinado. *Consiste en una oración (o conjunto de oraciones), habitualmente una oración breve o resumida, bajo la cual se puede incluir una clase amplia de formulaciones específicas.*

El personaje: se trata del protagonista del acontecimiento, un individuo, un líder histórico, etc. *El uso de personajes ficticios e históricos como unidades es apropiado en el análisis de narraciones, dramas y esbozos biográficos. En aquellos casos donde la narración gira en torno a personas particulares, las anteriores son las unidades más convenientes para fundar el análisis.*

El ítem: es una unidad extensa, como un libro, reportaje, editorial, etc., con las que es posible clasificar las unidades en categorías. *La unidad que se usa más frecuente en el Análisis de Contenido es el ítem, es decir, la unidad “natural” total empleada por los productores del material simbólico.*

Las medidas espacio tiempo: se trata del espacio y tiempo donde se encuentra el texto a analizar. *En vez de realizar el análisis con amplitud por medio del ítem, en algunos estudios se ha clasificado el contenido por medio de divisiones físicas como la pulgada por columna, la página, la línea o el párrafo (en el caso de los impresos), (...) permitiendo de esta manera hacer distinciones algo más precisas de las que son posibles con la unidad de ítem.* (Cardoso, 2010: 91-94).

Estas unidades se colocan en categorías, las cuales funcionan como niveles en donde se clasificarán dichas unidades. Por su parte, Berelson plantea dos grandes tipos de categorías, **qué se dice y cómo se dice**, por ejemplo, de la categoría base “**qué se dice**” se desprenden algunas posibles categorías como: asunto, tendencia, etc. En cuanto a la categoría base “**cómo se dice**”, se presume son derivables categorías de cómo: forma de las declaraciones, intensidad e intencionalidad. (Estrada y Lizárraga, 1998).

De igual manera, como señalan los autores Lasswell, 1941; Kaplan y Goldsen, 1949 en Cardoso, 2010, entre los tipos de categorías propuestas por Berelson (las cuales deben ser definidas con precisión para los resultados) se encuentran: de asunto tópico, de dirección, de valores, de receptores y físicas. Éstas deben abarcar las posibles subcategorías que surjan para la codificación.

Asunto tópico: se identifica por el tema analizado dentro del contenido, y se remite a la pregunta: ¿de qué trata el mensaje/la comunicación?, ante la respuesta se coloca su categoría y su subcategoría. “Es la pregunta fundamental de los estudios que se proponen primordialmente determinar los énfasis relativos dados a diferentes tópicos en cierta porción del contenido de la comunicación”.

Dirección/Tendencia: corresponde a la inclinación positiva o negativa que se presenta en el tratamiento del mensaje, ¿es favorable o desfavorable? “Básicamente, la cuestión es ¿está la comunicación a favor o en contra de un asunto particular o es neutral ante él? (...) la esencia de la categoría consiste en ese grado de “positividad” o de “negatividad” del contenido en relación a un tópico”.

Pauta: “Esta categoría, frecuentemente denominada “fundamentos”, se refiere a la base sobre la cual se realiza la clasificación por orientación. (...) Las pautas más generales son: consistencia-debilidad y moralidad-inmoralidad. ¿Se aprueba el asunto porque es consistente o porque es moral? Se trabajan pautas como: propiedad, divinidad, legalidad, belleza, coherencia, probabilidad, euforia”.

Valores: se refiere a los intereses o valores que revela el mensaje. “¿Qué desea o qué obtiene de la gente? Esta categoría se funda generalmente, aunque no siempre en los análisis de materiales de ficción, aplicados a los personajes. ¿Qué va a pensar con ello? La gente puede concentrarse en varios objetivos: dinero, amor, posición social, progreso profesional, salud y éstos son valores”.

Métodos: son los valores que tienen que ver con las finalidades de la conducta en los medios empleados. ¿Cómo se lograrán los objetivos? A partir de esta categoría se estudian materiales políticos; propaganda; regulación gubernamental; empleo de bienes económicos y violencia.

Rasgos/Aptitudes: son las características personales comunes, algunos rasgos psicológicos y otros términos utilizados para describir a la gente, también se caracterizan las instituciones y tácticas políticas.

Actor: “esta categoría se refiere a la persona, grupo u otro sujeto que aparece en posición central como iniciador de una acción y a quién se le representa como emprendedor de ciertos actos”.

Autoridad: Es la “fuente”, a partir de las personas, grupo u objeto en cuyo nombre se declara. Son las fuentes específicas de las referencias documentales.

Origen: Esta categoría se introduce a partir de la pregunta ¿de dónde procedía? Se refiere al lugar de origen de la comunicación, (por ejemplo, una clasificación de orígenes: local, municipal, estatal, nacional o extranjero). Es adecuada para identificar la amplitud con la que se está guiando la atención del público.

Receptores/Grupo: indica a quién van dirigidos los mensajes, “se refiere al grupo hacia el cual se orienta particularmente la comunicación. Se puede utilizar para revelar el grado en que, más que al público en general, se está enfocando a grupos particulares”. (Lasswell, 1941; Kaplan y Goldsen, 1949 en Cardoso, 2010).

Físicas: obedece a la ubicación de una unidad de análisis, es decir, un registro de su posición (sección y página) y su duración (centímetros y columnas) (Soto, 2009).

Entre otras categorías que el investigador tendrá que formular y definir de acuerdo con el tema y objeto de estudio, la teoría con la que se parte y la producción de inferencias como una parte vital en el Análisis de Contenido. A partir de la elección precisa de las categorías se clasifica y cuantifica el contenido para finalizar con el objetivo de la investigación y los resultados respecto a los datos.

De esta manera, de acuerdo con los objetivos específicos de la presente investigación, el Análisis de Contenido funge como una técnica necesaria que permite valorar los modelos de comunicación utilizados y los significados atribuibles de lo que se comunica, por lo que justifica el empleo de la propuesta teórica de Berelson para el desarrollo de esta tesis.

Los instrumentos de recolección de datos que se elaboran para el proceso del Análisis de Contenido son la hoja de codificación, libro de códigos y matriz de datos. Se entiende por hoja de códigos el medio por el cual recolectaremos los datos para darles un orden y secuencia que nos permita organizar de manera funcional nuestra información. Por su parte, Sampieri, Gallardo y Baptista (2010), señalan que:

Una vez recolectados los datos, éstos deben codificarse. (...), las categorías de un ítem o pregunta requieren codificarse con símbolos o números; y esto debe de hacerse, porque de lo contrario no se efectuaría ningún análisis o sólo se contaría el número de respuestas en cada categoría. (...) Los datos deben resumirse, codificarse y prepararse para el análisis (Sampieri, et al., 2010: 262).

Los autores determinan que el libro de códigos se define como la herramienta que ayudara a establecer específicamente los conceptos de las categorías a analizar para el mejor entendimiento del estudio. Una vez que están codificadas todas las categorías de los *ítems*, se procede a elaborar el “libro de códigos”, el cual describe la localización de las variables y los códigos asignados a las categorías en una matriz o base de datos.

La matriz de datos es la herramienta donde se presentan los datos codificados, es decir, las respuestas obtenidas para posteriormente ser medidas. El tercer paso del proceso es la codificación física de los datos, que consiste en llenar la matriz de datos con los valores implicados en las respuestas al instrumento de medición (Sampieri, *et al.*, 2010: 264-265).

Los periódicos analizados y comparados a partir del Análisis de Contenido nos ofrecen la posibilidad de interpretar la realidad con datos cuantitativos y cualitativos de donde se derivará una interpretación final, con la cual conoceremos como se posiciona la visita del Papa Francisco a México dentro de la agenda mediática, el discurso de la prensa ante este acontecimiento que denote la relación entre el gobierno, la Iglesia y los medios de difusión, así como también la postura ideológica del medio y de sus lectores.

3.3. El método cualitativo y sus características

El enfoque cualitativo se basa en la recolección de datos, pero a diferencia del enfoque cuantitativo (que posteriormente es explicado en este apartado), no utiliza una medición numérica para llevar a cabo el análisis; utiliza descripciones u observaciones para dar resultado a las cuestiones que aborda la investigación. En cuanto a este método, Sampieri, Collado y Baptista (2010) en su libro *Metodología de la investigación* señalan que: <<El enfoque cualitativo busca principalmente “dispersión o expansión” de los datos e información>>. (Sampieri, Collado y Baptista et al., 2010: 10).

De esta manera, de acuerdo con estos mismos autores, entre las características del método cualitativo destacan que este método es subjetivo, pues concibe al mundo social como relativo y el mundo es construido por el investigador; se aplica la lógica inductiva, es descriptible, el investigador debe mantener una postura personal explícita, la interacción física entre el investigador y el fenómeno debe ser próxima; el planteamiento del problema es abierto y libre, este método no suele probar teorías o hipótesis pues el diseño de la investigación es flexible.³⁸

En cuanto a la recolección de datos, la naturaleza de los datos es cualitativa, es decir, se utilizan textos, narraciones, significados, etc.; la finalidad de su análisis de datos es comprender a las personas y sus contextos, los datos se presentan en

³⁸ Fragmento de la Tabla 1.1 Diferencias entre los enfoques cuantitativo y cualitativo, extraída de: Sampieri, Collado y Baptista, et al., (2010) *Metodología de la investigación*.

forma de textos, imágenes, piezas, audiovisuales; en general nos permite un análisis estadístico y hace inferencia de sus datos, es holista y da cuenta de la credibilidad de la comunicación.

La investigación cualitativa nos proporciona un método de investigación flexible con la posibilidad de interpretar, reflexionar y profundizar en los datos obtenidos durante el análisis del fenómeno.

3.4. El método cuantitativo y sus características

El enfoque cuantitativo es deductivo y se centra en las causas y en los hechos de un fenómeno real, este método establece una secuencia de acciones a realizar, en donde utiliza la recolección de datos para posteriormente analizarlos y poder dar respuesta a los cuestionamientos en la investigación. La metodología cuantitativa es probatoria y rigurosa.

La investigación cuantitativa nos ofrece la posibilidad de generalizar los resultados más ampliamente, nos otorga control sobre los fenómenos, así como el punto de vista de conteo y las magnitudes de estos, nos brinda una gran posibilidad de réplica y un enfoque sobre puntos específicos de tales fenómenos, además de que facilita la comparación entre estudios similares. (Sampieri, *et al.*, 2010: 16).

Por consiguiente, el método cuantitativo tiene las siguientes características: es objetivo pues concibe a la realidad como única y objetiva, se aplica la lógica deductiva, es sistemático pues mantiene una medición penetrante y controlada, la posición personal del investigador debe ser neutral y su interacción física con el

fenómeno separada; el planteamiento del problema es delimitado, acotado y poco flexible, se prueban hipótesis y la teoría se genera a partir de la comparación en la investigación y los resultados del estudio.

En cuanto a los datos, estos son sólidos y repetibles, su naturaleza es cuantitativa, numérica; deben ser datos confiables y duros, la recolección de datos se obtiene a partir de instrumentos estandarizados, por observación, medición y documentación de las mediciones; los datos se presentan en forma de números para posteriormente ser analizados de manera estadística.³⁹

El enfoque cuantitativo pretende ser exacto, preciso en los datos, resultados e información que conformen el estudio.

³⁹ Fragmento de la Tabla 1.1 Diferencias entre los enfoques cuantitativo y cualitativo, extraída de: Sampieri, Collado y Baptista, *et al.*, (2010) *Metodología de la investigación*.

Capítulo 4. Propuesta Metodológica sobre el fenómeno de la visita papal, un análisis desde la Agenda Setting

Para esta investigación se analizarán tres periódicos de circulación nacional que tienen presencia permanente y que poseen tradición histórica y son reconocidos por la población mexicana, como *La Jornada*, *El Universal* y *Reforma*, publicados del 12 al 17 de febrero del 2016, tiempo en el que se llevó a cabo la visita papal. La elección de dichos periódicos obedece a su perfil editorial, ya que muestran diferentes posturas ideológicas: derecha, centro e izquierda, aunque estas posturas no serán objeto de estudio en la presente investigación.

Se combinará el método cuantitativo con el cualitativo. El método cuantitativo se usará en un primer momento para realizar el Análisis de Contenido de los periódicos, “objeto de estudio”. En un segundo momento, los resultados cuantitativos obtenidos a través del Análisis de Contenido, se interpretarán cualitativamente bajo la propuesta de la Agenda Setting de Maxwell McCombs, con la cual, más allá de la cuantificación se podrá dar cuenta del funcionamiento e impacto de los medios masivos de comunicación en la agenda mediática que obedece a fines de poder.

El análisis para esta investigación se aborda desde dos perspectivas metodológicas, la primera es la propuesta por la Agenda Setting y la segunda por el Análisis de Contenido para comprender cómo se agenda este tema y las tendencias que tienen cada uno de estos periódicos, dentro de los cuales se pretende analizar

los contenidos provenientes de las unidades de contexto que en este caso son las notas informativas, reportajes, editoriales, columnas, cartones, entrevistas, fotografías, crónicas y anuncios publicitarios, ya que estos géneros periodísticos muestran en gran parte la postura y el discurso político y social del diario al que aparecen. A continuación, se enuncian estas unidades de contexto:

Nota periodística: es sin duda una fuente de información que difunde la presentación de hechos actuales y calificados para ser noticia, de tal manera y cómo ocurrieron; este género pretende ser objetivo y neutral.

Reportaje: marca la narración de sucesos o noticias de cualquier tipo, este es un trabajo periodístico que realiza el reportero acerca de algún suceso relevante, en definitiva, el reportaje es parte de la información del día que asume el periódico y que marca la perspectiva del mismo.

Editorial: en definitiva, este género marca la postura de un periódico de manera general y no de un periodista en particular, consiste en un texto expositivo y argumentativo a partir del juicio institucional e ideológico del medio en el que aparece.

Columna: es el texto periodístico de un solo autor donde expresa su pensar, su estilo y postura ante un hecho o asunto de interés determinado; este texto aparece con una periodicidad y espacio fijo dentro del periódico.

Cartón: es la interpretación crítica de una noticia de forma gráfica donde se pretende comunicar por medio de la caricatura discursos, empleando la sátira, la ironía o el sarcasmo hacia algún acontecimiento.

Entrevista: diálogo entre el periodista y el personaje que hace o se relaciona con la noticia. Este género periodístico acerca a la audiencia a un conocimiento directo con un hecho o personaje de interés.

Fotografía: su objetivo es influir en el mensaje que recibe la audiencia contextualizando un acontecimiento para mayor entendimiento del público.

Crónica: se determina como el relato presentado de manera cronológica donde el periodista marca su propia versión y subjetividad de los hechos que narra.

Anuncio publicitario: se trata de un mensaje que se centra en una idea concreta y que tiene como objetivo persuadir a las personas para que conozcan algún hecho, acontecimiento o producto.

Se pretende medir o conocer la agenda de los medios de comunicación, por lo que se explicará a partir del Análisis de Contenido del medio, en este caso los periódicos, en donde aparezcan contenidos referentes al tema de la visita del Papa Francisco a México en el 2016 como un tema que se transforma en producto mediático.

4.1. La técnica del Análisis de Contenido de Berelson sobre la visita del Papa

Se aplica la técnica para conocer cómo se posiciona la agenda de los medios de difusión y cuáles son las tendencias de estos tres medios respecto a la visita del Papa Francisco a México.

Para llevar a cabo el análisis se utilizarán unidades y categorías desde el planteamiento del Análisis de Contenido propuesto por Berelson, las cuales permiten identificar “**cómo se dice**” y “**qué se dice**” sobre el tema objeto de estudio en la presente investigación, para que sea posible la construcción discursiva y por lo tanto pueda ser tema de agenda.

A continuación, se describen las unidades de análisis que se utilizarán en la presente investigación:

Las unidades de muestreo: en nuestro caso las unidades de muestreo se consideran a los periódicos *La Jornada*, *El Universal* y *Reforma* durante la visita del Papa Francisco a México en el mes de febrero del 2016.

Las unidades de registro: en este caso se registra la “frase u oración” referente al tema de la visita del Papa Francisco a México. El tema, es un enunciado conformado por un sujeto y un predicado, para Berelson, es una afirmación acerca de un asunto determinado: “Consiste en una oración (o conjunto de oraciones), habitualmente

una oración breve o resumida, bajo la cual se puede incluir una clase amplia de formulaciones específicas”. (Cardoso, 2010: 92).

Las unidades de contexto: son las que contienen la información contextual, en este caso se consideran a las noticias, editoriales, reportajes, editoriales, columnas, cartones, entrevistas, fotografías, crónicas y anuncios publicitarios dentro de los periódicos objeto de estudio.

Unidad de clasificación: el *ítem* de noticias, editorial y reportaje. *El Ítem*, es una unidad extensa, como un libro, reportaje, editorial, etc., con las que es posible clasificar las unidades en categorías. “La unidad que se usa más frecuente en el Análisis de Contenido es el *ítem*, es decir, la unidad “natural” total empleada por los productores del material simbólico” (Cardoso, 2010: 93).

De acuerdo con diversos autores, las **categorías de análisis** se clasifican como:

Identificación: dentro de ésta se registra el nombre del medio de comunicación, tipo de publicación, la fecha, el tema de las publicaciones, el título, el número de página de la información, la sección temática y ubicación de la nota.

Ubicación: entre más espacio ocupa la información, más importancia tendrá:

1. Doble página
2. Página completa
3. Media Página

4. Menos de media página

Autoría: corresponde al autor o reportero que publica la nota dentro del periódico.

Asunto tópico: se identifica por el tema analizado dentro del contenido, y se remite a la pregunta: ¿de qué trata el mensaje/la comunicación?

Tratamiento de los contenidos: se refiere al tipo de narración que se emplea en la nota, ya sea que la información aparezca de manera:

1. Detallada, objetiva y clara
2. Que conlleve algún tipo de tendencia innecesaria
3. Que omita datos o versiones

Dirección/tendencia: corresponde a la inclinación de la información que se presenta en el tratamiento del mensaje, ¿es favorable o desfavorable?:

1. Positiva/ Favorable
2. Negativa/ Desfavorable
3. Neutra

Elementos gráficos: estos se clasifican en:

0. Ninguno
1. Tabla
2. Gráfico o mapa
3. Imagen

4. Fotografías
5. Emojis

Imagen en la nota: se utiliza dentro de la nota para apoyar la tendencia que conlleva la información y enaltecer el tema objeto de estudio:

1. La nota usa la imagen para enaltecer al Papa o a la visita papal.
2. La imagen no enaltece al Papa o a la visita papal.

Enfoque: con qué enfoque se presenta la nota:

1. Positivo
2. Negativo
3. Neutro
4. Crítico
5. Tremendista
6. Humanístico
7. Metafórico o tendencioso

Valores: se refiere a los intereses o valores que revela el mensaje.

Personajes primarios: esta categoría se refiere a la persona, grupo u otro sujeto que aparece en posición central como iniciador de una acción y a quién se le representa como emprendedor de ciertos actos.

Personajes secundarios: se refiere a la persona, grupo o sujeto que aparece en segundo término respecto a las acciones que ejerce dentro del tema que aborda la publicación.

Personajes/otros actores: se refiere a la persona, grupo o sujeto que aparece de manera simple en el tema que aborda la publicación, sin dar mayor importancia a las acciones que realice o no este actor (Cardoso, 2010).

4.2. La técnica del análisis de la Agenda Setting sobre la visita del Papa

Desde este punto de vista teórico y metodológico se pretende abordar al fenómeno de la visita del Papa Francisco a México en el 2016, a partir de los principios claves en los estudios de Agenda Setting, ya que conocer a fondo dicho fenómeno nos permitirá comprender cómo se establece el tema en la agenda mediática y cómo se presenta el acontecimiento en los diferentes niveles, político y social.

Por lo tanto, el análisis de la Agenda Setting en la presente investigación se concentra en la “relevancia” (***Salience***) del tema de la visita papal, los medios fijan aspectos en la mente de la audiencia, ponen en foco el tema a partir de la selección de noticias y su frecuencia en la cobertura, esto se identifica dentro de nuestro sistema de información a partir de la categoría de análisis de identificación, el índice de importancia de la información y la caracterización de la agenda temática; elementos que muestran el carácter externo del asunto que determina la importancia de la pieza periodística.

- **Datos de identificación:** referente a la fecha de publicación, sección, titular, autoría, el tamaño de las notas, el número de publicaciones, etcétera. Cabe mencionar que las publicaciones que aparecen en primea plana tienen un valor máximo de importancia. Estos datos de identificación de las noticias influyen de manera definitiva en la relevancia total que muestra la cobertura del tema de la visita papal dentro de los periódicos.
- **Índice de importancia de la información:** referente a la ubicación, imágenes o fotografías en las notas, el género periodístico, etcétera. Las piezas periodísticas con elementos gráficos, la mayoría de las veces, aportan mayor valor noticioso a la información.
- **Caracterización de la agenda temática:** se refiere a los personajes o actores que intervienen en el tema de la visita papal, el titular, etc.

Por consiguiente, se registran los datos de identificación en la noticia, la primera variable medirá la presencia o ausencia del tema en los diarios, así como también el titular como un indicador temático y se codifican las variables sobre el índice de importancia de información y la caracterización de la agenda temática.

La valoración de la frecuencia de cobertura se establece a partir de contabilizar el total de las notas publicadas referentes a la visita papal en cada diario, por lo que es posible realizar un análisis comparativo entre los diarios seleccionados.

Por otro parte, en el análisis se detectan los aspectos o atributos de los asuntos que asignan los periodistas a la información en la noticia: cómo son formulados y presentados para la audiencia consiguiendo con ello modelar la opinión o actitudes en la mente de la misma.

En el sistema de información que se realizó en la presente investigación se utilizan las categorías de: asunto tópico, el tamaño y ubicación de la información, el tratamiento de los contenidos, la tendencia o dirección de la información y el enfoque en la nota. En este caso los “atributos” se consideran a partir de la valoración del tema de la visita papal o figuras públicas como el Papa: favorable, desfavorable, positivo, negativo y neutro. En consecuencia, las coberturas periodísticas se fijan desde distintas percepciones e interpretaciones y se difunden desde la agenda de los medios a la agenda del público.

- **Favorable:** todas aquellas noticias, reportajes y editoriales que se identifican a favor de una situación determinada, relacionada con el tema de la visita papal, también se consideran si éstas reconocieron, exaltaron o defendieron al personaje del Papá, se manifestaron a favor de la iglesia católica pronunciando cualquier valor o adjetivo positivo, como la igualdad, la libertad, el humanitarismo, la inteligencia, la confiabilidad, la bondad, etc. Bajo esta perspectiva una pieza noticiosa considerada positiva radica en hechos basados en lo justo, las normas y el bien común.

- **Desfavorable:** aquellas noticias, reportajes o editoriales que no apoyaron, desvaloraron o mostraron una postura contradictoria a la figura del Papa o la iglesia católica. Se incluye también la sospecha, las notas inmorales y los valores o adjetivos negativos respecto al tema objeto de estudio como tristeza, desesperanza, conflicto, amenaza, etc. De igual manera, el análisis de una pieza negativa se centra en la forma en cómo el medio hace mención de estos valores referente a la población y el bien común.
- **Neutro:** éste se establece cuando los elementos que se muestran en la información no son lo suficientemente explicitados, por lo cual no pueden ser identificados o bien, existe un equilibrio en los valores o adjetivos negativos y positivos.

A partir de estas categorías es posible hacer una comparación entre las agendas de cada medio seleccionado desde los elementos que destacan sobre los temas u objetos en las coberturas, el tono valorativo y la tendencia que se detecta en dicha cobertura sobre el tema de la visita papal.

Así que, como se mencionó en el marco teórico de la presente investigación, la teoría de *la Agenda Setting* por una parte se centra en la accesibilidad de la noticia, en la frecuencia total del tema de la visita papal en cada medio, midiendo la importancia total en la cobertura de cada diario, es decir, se basa en la capacidad de entrada de un tema en la memoria del sujeto al momento en que otros temas son ignorados. El establecimiento de la agenda sostiene que una noticia destacada por

los medios, con una cobertura amplia, que manifiesta su importancia se implanta en el criterio de los individuos e influye en sus decisiones.

Se analiza la aplicabilidad de esquemas en las mentes de la audiencia a partir de atributos formulados en la información que se publica sobre la visita papal y que, como fin, figura en el proceso de la construcción social.

El establecimiento de la agenda se concentra en elementos determinados de la información publicada por los medios: la relevancia, los atributos y cómo se presenta el contenido público.

4.3. Sistematización de resultados del Análisis de Contenido de los periódicos

4.3.1. Sistematización del periódico *El Universal*

Mediante el Análisis de Contenido y la teoría de la Agenda Setting, respecto a los datos de identificación, que son parte de nuestras categorías de análisis, se contabilizaron durante la semana que se llevó a cabo la visita, del 12 al 17 de febrero de 2016, un total de ciento veinticinco publicaciones referentes al Papa Francisco y la visita papal, de las cuales se cuentan cuatro editoriales, seis columnas, seis anuncios publicitarios, una crónica, dos fotografías y ciento seis noticias. En cuanto a la ubicación de la información de estas publicaciones en el periódico se registraron seis en primera plana, sesenta y nueve en páginas pares y cincuenta en impares.

Conforme a la ubicación de la información de estas publicaciones dentro del periódico, resultan seis publicaciones de doble página, veintiuno de página completa, veinte de media página, dieciocho de más de media página y sesenta de menos de media página.

Respecto a la sección temática dónde se coloca el tema de la visita, se encontraron cuarenta y un publicaciones en la sección Nación con toda una subsección dedicada a la visita papal, titulada: “Papa Francisco en México”; además, dos publicaciones en la sección de cultura; una en Edomex, diez en bajo reserva, tres en espectáculos, nueve en estados, cinco en metrópoli, once en opinión, dos en suplemento semanal, una en autopistas y una en laboratorio de redes⁴⁰.

Entre los temas que se abordaron en este diario sobre la visita del Papa sobresalieron los de índole político y religioso. Desde la popularidad del Papa Francisco, los estados que visitaría y los discursos papales; la opinión de políticos y arzobispos: los jóvenes y la población indígena en favor de la visita papal; el fervor religioso de los mexicanos; el presidente Enrique Peña Nieto y la Santa Sede; los partidos políticos ante la visita; la cobertura de la visita en tiempo real en internet y los espacios en cadena nacional; cierre de vialidades; la fe de los mexicanos y la esperanza a católicos por la visita papal ante las problemáticas que vive el país de México; el Papa en las redes sociales; la asistencia de los mexicanos en la visita; los empresarios cerca del Papa; entre otros.

⁴⁰ Ver en anexos la tabla de Análisis de Contenido del periódico *El Universal*.

En cuanto a la **unidad de registro** que consiste en las oraciones, frases o párrafos que se recopilaron, en su mayoría destacan las labores del gobierno mexicano durante la visita, como las siguientes: el Papa y el Presidente de México; el fervor religioso; la fe, lo gratificante y lo reconfortante que fueron los discursos del Papa Francisco, también enfatizaban en la bondad y sabiduría del líder religioso. Entre estas unidades de registro se encontraron⁴¹:

- “Miles de creyentes católicos acudieron a la basílica de Guadalupe con mucha fe y la emoción de poder ver al Papa Francisco y escuchar el mensaje que dirigió al pueblo de México”.
- “Reciben al papa, Peña Nieto y Angélica Rivera, asistieron cientos de personas”.
- “Se espera una gran movilización en las redes sociales, por lo que twitter habilito una nueva serie de emojis para celebrar la primera visita del Papa latinoamericano en 2016”.
- “Pequeña que ha tenido 101 quimioterapias conoce al Papa Francisco tras su visita al hospital infantil Federico Gómez”.
- “Demanda ayudar a las comunidades que enfrentan al narcotráfico. pide reconocer la importancia de los indígenas y jóvenes en el país”.
- “El Presidente calificó como " cálido, amable y fructífero" el primer encuentro con el Santo Padre, en el que expresó el respeto de México hacia el jefe del estado vaticano”.
- “PAN hace llegar carta de alegría a líder católico”.
- “Francisco es un pontífice que ha sabido poner el poder de su investidura al servicio de las mejores causas de la humanidad”.
- “El Papa Francisco es fiel seguidor del club argentino san Lorenzo y se enojaba más si llegaba tarde al futbol que a una misa, revela a *El universal* el padre Hernán Páez”.
- “Empresario José Luis Cacho Barraza candidato independiente de chihuahua pretendía estar cerca del Pontífice, nomás como para arrancar su carrera política”.

⁴¹ Ver en anexos la categoría **Unidad de Registro** en la tabla de Análisis de Contenido del periódico *El Universal*.

- “Autoridades reparten alimento y cobijas en la plancha del Zócalo capitalino”.
- “La gente confía en que la visita trae fe, esperanza y tranquilidad al país”.
- “El Papa Francisco emitió tres mensajes llenos de franqueza que, aunque no sorprendidos ni nuevos, dado su conocido talante social, sin duda son importantes, pues suponen una convocatoria a trabajar, desde posiciones privilegiadas del poder político y económico...”
- “Niños indígenas le entregarán una flor como símbolo de paz, prevén que 22 mil personas asistan a la misa que oficiara.”

Por consiguiente, en cuanto al tratamiento de los contenidos, se observó e interpretó que cuarenta y dos de las publicaciones contenían información detallada, objetiva y clara; una nota omitía datos o versiones y ochenta y dos de ellas denotaban algún tipo de tendencia innecesaria. De esta manera, en la dirección o tendencia, predominó en el periódico aquella información que destacaba algún aspecto positivo, contabilizando noventa y tres publicaciones en total, doce con tendencia negativa y veinte con dirección neutra.

Respecto a los elementos gráficos que se detectaron, tres publicaciones contenían algún gráfico o mapa, diecisiete contaban con una imagen, sesenta con fotografías, una con emojis, en cuarenta y tres publicaciones no se registró ningún contenido gráfico y en una publicación se combinó la imagen y el gráfico. De estas publicaciones con elementos gráficos, sesenta y cuatro de ellas usaron la imagen para enaltecer al Papa o la visita papal.

Sobre esta misma línea, se observó en setenta y cinco publicaciones un enfoque metafórico o tendencioso; catorce positivo; seis negativo; veintidós neutro; cinco crítico y tres con un enfoque humanístico.

Por consiguiente, el Papa Francisco aparece como el personaje primario en la mayoría de las notas con ochenta y siete de ciento veinticinco registros, entre los personajes secundarios se encuentra el expresidente Enrique Peña Nieto, el Jefe de Gobierno Miguel Ángel Mancera, entre otros políticos. En la categoría otros actores: feligreses, indígenas, la iglesia católica y clérigos.⁴²

4.3.2. Sistematización del periódico *Reforma*

A partir del Análisis de Contenido del periódico *Reforma* se reflejó que durante la semana que se llevó a cabo la visita, del 12 al 17 de febrero de 2016, sobre la categoría “datos de identificación” se contabilizaron un total de ciento noventa y tres publicaciones referentes al Papa Francisco y la visita papal, de las cuales se cuentan cuatro reportajes, veintitrés anuncios publicitarios, diez columnas, tres crónicas, tres fotografías, cuatro cartas a reforma (opinión de las personas), cuatro entrevistas y ciento cuarenta y dos noticias. En cuanto a la ubicación de la información de estas publicaciones en el periódico se registraron trece en primera plana, ciento cinco en páginas pares y setenta y cinco impares.⁴³

⁴² Ver en anexos la tabla de Análisis de Contenido del periódico *El Universal*.

⁴³ Ver en anexos la tabla de Análisis de Contenido del periódico *Reforma*.

Conforme a la ubicación de la información de estas publicaciones dentro del periódico, resultan tres publicaciones de doble página, veinte de página completa, treinta y tres de media página, treinta y nueve de más de media página y noventa y ocho de menos de media página.

Respecto a la sección temática en dónde se coloca el tema de la visita, se encontraron ciento cuarenta y nueve publicaciones en una sección dedicada al evento denominada “visita del Papa”, dieciséis en la sección ciudad, dos en cultura, una en estados, seis en nacional, cuatro en opinión, cuatro en club, uno en gente, dos en negocios, tres en reforma y cinco en internacional.

Entre los temas que más se abordaron en este diario sobre la visita del Papa fueron de índole político y religioso. Desde “la diferencia que existe entre el Papa Francisco y los católicos ortodoxos”; “El Presidente de los Estados Unidos Donald Trump se suma a la visita”; “el turismo religioso”; “el papel de las redes sociales ante la visita papal”; “los discursos del Papa Francisco”; “el futbol y el Papa Francisco”; “las acciones del gobierno mexicano en seguridad para el líder religioso”; “el encuentro de niños enfermos”, “el Presidente de México Enrique Peña Nieto y Papa Francisco”; “el Papa Francisco como huésped distinguido México”; “los mensajes de esperanza y el fervor religioso”, “encuentro de los políticos mexicanos y el Papa”; “anuncios publicitarios”, entre otros.

En cuanto a la unidad de registro, las oraciones, frases o párrafos que se recopilaron destacaban las labores de protección civil que operó el gobierno mexicano durante

la visita, el papel del Presidente de México al recibir al Papa Francisco, los mensajes de esperanza del Papa ante las problemáticas sociales que enfrenta el país, la pasión religiosa, publicidad, las reuniones del Papa y los mensajes del Vaticano.

Entre estas unidades de registro se encontraron:

- “Hoy, la mujer dice estar lista para estar presente en la misa que presidirá el Papa Francisco en Ciudad Juárez, Chihuahua, para suplicarle, en oración, que le conceda el regreso del muchacho, desaparecido el 26 de junio del 2010”.
- "Santo Padre, estamos contentos de que esté entre nosotros como mensuro de paz y reconciliación. soy uno de los más de 30 millones de jóvenes que en este país queremos vivir en paz" dijo Alberto Solorio Corona”.
- “Papa Francisco, ¡ahora sí, la suerte está en tus manos!”.
- “adquiere la medalla conmemorativa de la primera visita del Papa Francisco a México”
- “Los inmigrantes indocumentados en Estados Unidos quieren que el Papa Francisco se acuerde de ellos cuando visite Ciudad Juárez”.
- “Como un profeta que denuncia males y anuncia esperanza es como aguardan en esta ciudad fronteriza organizaciones de derechos humanos la llegada el miércoles del Papa Francisco”.
- “El obispo afirmó que los políticos necesitan de la presencia del evangelio”.
- "Es un poco extraño que se tenga que presionar en particular al Papa, para lo que tiene que hacer" Lombardi”.
- “Su condición de discapacitado no le impidió a Wilfredo Filiu viajar desde honduras a Tuxtla Gutiérrez para ver al Papa Francisco”.
- “Claudio hizo que el Papa Francisco se levantara de su asiento y rompiera el protocolo”.
- “El Papa Francisco está en nuestro país y durante sus actividades en la Ciudad de México, el Dr. Simi, estuvo cerca de él y de sus feligreses”.
- “La visita del Papa a nuestro país ha sido para la mayoría de sus habitantes un baño de alegría y renovación de fe y esperanza”.

- “A través de los 85 módulos instalados por toda la ruta papal, la secretaria de salud local ha brindado mil 244 consultas médicas a los feligreses que han salido a ver al Papa Francisco”.
- “Montan operativo de seguridad con tecnología de punta en Ecatepec, Estado de México, para la visita del Papa”.
- “No sólo con medicamentos sino con la cariño-terapia" ayudan a que este tiempo sea vivido con mayor alegría”.
- “Francisco es un gran Papa que debe condenar las tiranías del continente”.
- “Su Santidad, te recibimos con los brazos abiertos y nos sentimos honrados por haber construido los vehículos que te acompañarán en este recorrido, misionero de misericordia y paz ¡bienvenido a México”.
- <<Viene a decir sean cercanos al pueblo de cristo, vivan la transparencia y vivan la comunión, eso ayuda a México, porque entre mejores pastores tenga, mejor le irá>>.
- “La gobernadora de Sonora Claudia Pavlovich y el mandatario chiapaneco Manuel Velasco aprovecharon ayer la ceremonia oficial en el palacio nacional para besar la mano del Papa”
- “El presidente Enrique Peña se presentó ante el Papa Francisco como un jefe de estado que defiende la laicidad de México”.
- “Con la visita del Papa Francisco se despertaron algunas conciencias sociales”.
- “La seguridad para el Papa Francisco no tuvo límites”.⁴⁴

En cuanto al tratamiento de los contenidos, se observó e interpretó que cincuenta de las publicaciones contenían información detallada, objetiva y clara; una nota omitía datos o versiones y ciento cuarenta y dos de ellas denotaban algún tipo de tendencia innecesaria. De esta manera, en la dirección o tendencia, predominó en el periódico aquella información que destacaba algún aspecto POSITIVO, contabilizando ciento cincuenta y dos publicaciones en total, quince con tendencia negativa y veintiséis con dirección neutra.⁴⁵

⁴⁴ Ver en anexos la categoría **Unidad de Registro** en la tabla de Análisis de Contenido del periódico *Reforma*.

⁴⁵ Ver en anexos la tabla de Análisis de Contenido del periódico *Reforma*.

Respecto a los elementos gráficos que se detectaron, diez publicaciones presentaban imágenes, ciento treinta y un fotografías, un emojis y cincuenta y un no mostraron contenido gráfico. De estas publicaciones con elementos gráficos, setenta y cinco de ellas usaron la imagen para enaltecer al Papa o la visita papal.

Sobre esta misma línea, se observó en ciento cuarenta y siete publicaciones un enfoque metafórico o tendencioso; seis positivo; diez negativo; veintidós neutro; seis crítico, uno con un enfoque humanístico y uno con enfoque tremendista.

Por consiguiente, el Papa Francisco aparece como el personaje primario en la mayoría de las notas con ciento cuarenta y ocho de ciento noventa y tres registros, entre los personajes secundarios se encuentra el presidente de México Enrique Peña Nieto; el Gobierno de México, feligreses, obispos, la iglesia católica, vaticano, entre otros políticos. En la categoría otros actores: instituciones; jóvenes, población indígena, Angélica Rivera, primera dama de México, etcétera.

4.3.3. Sistematización del Periódico *La Jornada*

En un primer momento podemos observar en el Análisis de Contenido del periódico la Jornada, que de acuerdo a la categoría “datos de identificación” se contabilizaron durante la semana que se llevó a cabo la visita, del 12 al 17 de febrero de 2016, un total de ciento cuarenta y siete publicaciones referentes al Papa Francisco y la visita papal, de las cuales se cuentan seis cartones periodísticos, diecisiete columnas, una crónica, dos editoriales, dos fotografías, tres anuncios publicitarios y ciento

sesenta y seis noticias. En cuanto a la ubicación de la información de estas publicaciones en el periódico se registraron dieciséis en primera plana, setenta y nueve en páginas pares y cincuenta y dos impares.

Conforme a la ubicación de la información de estas publicaciones dentro del periódico, resultan cero publicaciones de doble página, veintidós de página completa, veintisiete de media página, veintiocho de más de media página y setenta de menos de media página.

Respecto a la sección temática en dónde se coloca el tema de la visita, se encontraron ochenta y un publicaciones en una sección dedicada al evento denominada “visita papal”, dos en la sección sociedad, cuarenta y cinco en política, siete en opinión, dos en mundo, una en estados, cuatro en correo ilustrado, dos en cultura y tres en capital.⁴⁶

Entre los temas que más se abordaron en este diario sobre la visita del Papa fueron de índole político. Desde los discursos del Papa para el clero en México; el descontento por la presión al Papa para ver a los familiares de los 43 normalistas; los discursos del Papa sobre corrupción, población indígena y la familia; la laicidad del Estado al recibir al Papa en Palacio Nacional; la experiencia de los fieles al ver al Papa; el encuentro entre el presidente Enrique Peña Nieto y el Papa Francisco; el papel de la clase política ante visita papal; el fervor de católicos mexicanos; los

⁴⁶ Ver en anexos la tabla de Análisis de Contenido del periódico *La Jornada*.

murales en Ecatepec por visita papal; la asistencia de los mexicanos y el cierre de vialidades; etc.

En cuanto a la unidad de registro, las oraciones, frases o párrafos que se recopilaron en su mayoría exponían elementos clave en los discursos papales, otras enfatizaban en el fervor mexicano; otras desarrollaban análisis críticos sobre las problemáticas sociales, la influencia del Estado y la visita papal hacia población mexicana, por nombrar algunos ejemplos:⁴⁷

- “Francisco recorrió las gradas para saludar a la gente, que clamó su bendición.”
- “Las víctimas, que en México se cuentan por miles, "están en el corazón" de Francisco”.
- “Ayer la ciudad de México registró severos conflictos viales en el norte, centro y sur de la capital por el bloqueo de avenidas principales que se realizó por la visita del Papa Francisco”.
- “Casi cuatro horas de interminable espera para los fieles apostados a la vera de río Churubusco, la ruta papal, para fugaces 20´ segundos de contemplar al Papa Francisco”.
- “Si Guadalupe Reyes, mexiquense, pudiera pedir algo al Papa Francisco, le pediría que, en Ecatepec, el epicentro de los feminicidios, pronuncie una palabra de aliento a las familias que hemos perdido alguna hija asesinada o desaparecida”.
- “Este sábado, el jefe de gobierno de la ciudad de México, Miguel Ángel Mancera Espinosa, entregará al Papa Francisco las llaves de la ciudad y lo nombrará huésped distinguido, ceremonia que tendrá lugar frente a la puerta principal de la catedral metropolitana”.
- “Miles de anuncios con el rostro de Francisco dejaron claro que el estado laico entró en pausa. Los poderes político y económico se congraciaron con la iglesia católica, en la figura de su máximo jerarca”.

⁴⁷ Ver en anexos la categoría Unidad de Registro en la tabla de Análisis de Contenido del periódico *La Jornada*.

- “Francisco se enfrenta en el país a diversas realidades y expectativas. ante la clase política mexicana, en el palacio nacional, Bergoglio fue claro y contundente al preguntar ¿qué México queremos y qué México le vamos a heredar a los jóvenes? reprocha a la elite mexicana que el bien común "no goza de buen mercado".
- ““La presencia del cardenal rivera es símbolo de que al papa no le importamos las víctimas de pederastia sacerdotal".
- “La presencia del Papa es mediática, se da para distraer, pues no hay nada relevante en el espectro económico ni en la política. se trata de tapar la decadencia y utilizar la religiosidad del pueblo frente a la pobreza y los crímenes”.

Por consiguiente, en cuanto al tratamiento de los contenidos, se observó e interpretó que noventa y cinco de las publicaciones contenían información detallada, objetiva y clara; cincuenta y dos notas omitían datos o versiones y cero de ellas denotaban algún tipo de tendencia innecesaria. De esta manera, en la dirección o tendencia, predominó en el periódico aquella información que destacaba algún aspecto POSITIVO, contabilizando setenta publicaciones en total, cuarenta con tendencia negativa y treinta y siete con dirección neutra.⁴⁸

Respecto a los elementos gráficos que se detectaron, dos publicaciones contenían algún gráfico o mapa, siete con imágenes, cincuenta y siete con fotografías, en ochenta publicaciones no se registró ningún contenido gráfico y en una publicación se combinó la imagen y el gráfico. De estas publicaciones con elementos gráficos, cuarenta y tres de ellas usaron la imagen para enaltecer al Papa o la visita papal.

⁴⁸ Ver en anexos la tabla de Análisis de Contenido del periódico *La Jornada*.

Sobre esta misma línea, se observó en cincuenta y cuatro publicaciones un enfoque metafórico o tendencioso; once positivo; veintitrés negativo; treinta y tres neutro; veintitrés crítico y dos con un enfoque humanístico y cero con enfoque tremendista.

Por consiguiente, el Papa Francisco aparece como el personaje primario en la mayoría de las notas con ciento diez de ciento cuarenta y siete registros, entre los personajes secundarios se encuentra los familiares de los 43 normalistas de Ayotzinapa; el presidente Enrique Peña Nieto; el Gobierno de México, feligreses, activistas, la iglesia católica, entre otros políticos. En la categoría otros actores: Benito Juárez; víctimas de feminicidios; Marcial Maciel; población indígena; trabajadores; Televisa, etcétera.

4.4. Análisis de los resultados

4.4.1. Comparación del tratamiento de la información en los periódicos *Reforma*, *La Jornada* y *El universal*

Como se puede observar en el instrumento de recolección de datos que se aplicó en esta investigación durante el periodo que se lleva a cabo la visita papal, del 12 al 17 de febrero de 2016, a partir de las unidades de muestreo: *El universal*, *La Jornada* y *Reforma*, se contabilizaron desde las **categorías de identificación** el número de publicaciones referentes al Papa o a la visita papal, refiriendo con mayor puntaje al periódico *Reforma*, con un total de ciento noventa y tres publicaciones,

siguiendo *La Jornada* con ciento cuarenta y siete y con una menor cifra *El Universal* con ciento veinticinco.⁴⁹

Se observó respecto a la unidad de contexto y clasificación que el **ítem** más utilizado por estos medios fue el de la nota periodística, considerándola la unidad natural que de manera habitual emplean los diarios; cabe señalar que el diario *La Jornada* hizo mención del tema en dos de sus editoriales, *El Universal* en cuatro y *Reforma* no utilizó dicho espacio, sin embargo, lanzó cuatro reportajes durante este periodo. Las páginas editoriales son imprescindibles ya que su objetivo es difundir la opinión y pensamiento político o ideológico de los editores y los reportajes pueden incluir la opinión del periodista, por lo que es elaborado con criterios personales del mismo, de esta manera en muchas ocasiones el reportaje tiene como objeto crear cierta perspectiva en la audiencia respecto al tema que se emite.

Por otro lado, en cuanto a la sección temática, *La Jornada* hizo mención del tema con dieciséis publicaciones en primera plana, *Reforma* en trece y seis en *El Universal* durante esa semana; los titulares ocupaban un espacio considerable con un mayor tamaño en las letras a comparación de otras notas, y las publicaciones, aunque en los tres periódicos en su mayoría ocuparon una extensión de menos de media página, las restantes a doble página, página completa, más de media página y media páginas no fueron escasas.

⁴⁹ Ver en anexos las **categorías de identificación** en tablas de Análisis de Contenido de los periódicos *El Universal*, *Reforma* y *La Jornada*.

Sobre esta misma línea, los tres periódicos crearon una nueva sección dedicada al evento de la visita papal en donde se albergan la mayoría de las publicaciones, no obstante, distribuyeron las restantes en otras secciones.

Esta investigación tiene como objetivo general: **conocer la forma en que se agenda la visita del Papa Francisco a México en el 2016 en la agenda de los medios de comunicación**, por lo que a partir de estos datos de identificación se puede observar el **índice de importancia de la información**. Esta etapa es entendida a partir de la “relevancia”, y con ello se concluye que los tres diarios posicionaron el tema de la visita papal dentro de la agenda mediática, ya que se muestra una alta relevancia del hecho dentro de los diarios, pues el tema de la visita papal ocupó las primeras planas de los medios durante el periodo analizado, incluyendo las portadas de apertura en algunas secciones, lo que supone una mayor importancia respecto a la secuencia de los contenidos, pues las primeras planas son particularmente eficaces para que la información llegue al público deseado.

De igual manera, sobresale el número de noticias que aparecen sobre el tema de la visita papal, se utiliza la técnica de la repetición como una estrategia fundamental para fijar el tema de agenda mediática a la agenda pública, pues dentro de cada página se ubicaron diferentes noticias sobre el mismo asunto. La mayor parte de estas publicaciones fueron colocadas en diferentes cuartos de página y con un tamaño de menos de media página, ya que una información bien ubicada es vista por el lector antes que otra.

Las páginas impares son las de mayor ventaja sobre las pares, puesto que a la vista tienen mayor impacto por la manera en que se lee el diario de derecha a izquierda. La mayoría de las publicaciones registradas en los diarios analizados aparecieron en páginas pares, no obstante, el número de publicaciones en estas páginas no estaba muy por debajo de los registros en páginas pares.

El hecho de que las páginas pares no sean las preferidas de los anunciantes no quiere decir que no sean eficaces. Debe observarse que todas las páginas de un periódico pueden ser leídas, que la mayor parte de los “pases” recaen en las páginas impares y que en estas empiezan muchos de los artículos publicados diariamente. La preferencia, pues, es solamente por un asunto mecánico y psicológico (Studylib, 2019).

Por otro lado, hubo diferencias en los elementos gráficos registrados en las publicaciones de los tres periódicos, pues en *El Universal* y *Reforma* la mayoría de las publicaciones contaban con fotografías que aportaban mayor relevancia a la pieza periodística, lo que sin duda llamaba la atención del lector, a diferencia del periódico *La Jornada* que en la mayoría de dichas publicaciones no se registró ningún elemento gráfico. Sobre esta misma línea, los tres periódicos utilizaron la imagen para enaltecer la figura del Papa o la visita papal.

En cuanto a la pregunta de investigación: **¿Cómo el fenómeno de la visita del Papa Francisco a México en el 2016, como tema de agenda, tiende a opacar otros asuntos de interés social, político o económico en el país?**, se puede observar en el sistema de información, que las temáticas que se abordan durante la visita del Papa en los tres periódicos fueron políticas, sociales, culturales, deportivas, etc., pero no se profundizó en temas prioritarios como la pobreza,

marginación, impunidad, desempleo, homicidios, feminicidios, los 43 estudiantes de Ayotzinapa, etc. De esta manera el tema de la visita papal como tema de agenda opacó otros asuntos de interés social, político y económico en el país.

En cuanto a la **unidad de registro** se puede observar que en el periódico *EL Universal y Reforma* destacaban mensajes relacionados con las acciones del gobierno mexicano y los tres diarios enfatizaron sobre el fervor de los feligreses ante la visita. Ante esto se observó una diferencia con el diario *La Jornada* en donde mencionaba las problemáticas sociales que aquejan al país sin profundizar en ellas, desde la influencia del Estado ante la visita papal, la laicidad, la presencia mediática del Papa y el panorama problemático en el que se llevó a cabo la visita papal. En consecuencia, se puede comprobar la frecuencia con que los medios informativos posicionan un patrón sobre el tratamiento temático destacando el fervor religioso de los católicos mexicanos.⁵⁰

En los tres periódicos, los registros que se obtuvieron referente a la **caracterización temática**, el Papa Francisco es el personaje primario en la mayoría de las piezas noticiosas; el Gobierno de México y Enrique Peña Nieto el personaje secundario, y en otros actores encontramos a políticos, feligreses, jóvenes, indígenas, etcétera. De esta manera, de acuerdo al Análisis de Contenido se contabilizaron la cantidad de piezas en donde el Papa Francisco como actor principal determina la direccionalidad de la influencia temática.

⁵⁰ Ver en anexos las **Unidades de Registro** en tablas de Análisis de Contenido de los periódicos *El Universal, Reforma y La Jornada*.

Por consiguiente, respecto a la pregunta de investigación: **¿Cuál es la diferencia entre las tendencias que existen en el posicionamiento de la agenda según la prensa en la ciudad?**, en correspondencia a **“la agenda de los atributos”** para valorar la dirección o tendencia que se presenta en el tratamiento del mensaje que se le otorgó al tema objeto de estudio, se evidenció que en los periódicos *El Universal* y *Reforma* sobresalieron la mayoría de las publicaciones en donde se registró algún tipo de tendencia innecesaria en la información y destacaban aspectos positivos respecto al Papa Francisco o la visita papal con enfoque metafórico o tendencioso, hecho que comprueba que los medios de difusión orientan la percepción de la realidad que tendrá la audiencia. Sobre estas categorías, hubo diferencias con el diario *La Jornada*, pues la mayoría de sus publicaciones contenían información detallada, objetiva y clara, aunque de igual manera destacaron aspectos positivos sobre la visita papal en su información y se registraron un número considerable de notas con tendencia negativa y neutra, nivelando el tratamiento y dirección de su contenido.⁵¹

Con ello, la cualidad discursiva se caracterizó en los diarios con una tendencia positiva respecto al Papa Francisco y el evento de la visita papal, se mantiene la atención del público con mensajes coloquiales, fotografías, ponderación del objeto en la escritura y tipografías sobresalientes en los titulares.

⁵¹ Ver en anexos las categorías de **dirección o tendencia** en tablas de Análisis de Contenido de los periódicos *El Universal*, *Reforma* y *La Jornada*.

Conclusiones

Para comprender cómo es que los medios de comunicación, en este caso, *El Universal*, *La Jornada* y *Reforma* dan importancia a ciertos temas de interés, fue necesario estudiar el fenómeno desde una perspectiva teórica, como la Agenda Setting a través de la técnica del Análisis de contenido, con el que se comprobó que la visita del Papa Francisco a México en el 2016 se colocó en la agenda mediática.

A partir del instrumento de recolección de datos, se observó que en los tres diarios se manejó un tratamiento similar del tema, pues los registros con mayor cantidad de menciones totales están estrechamente ligados a elementos de carácter principalmente político e ideológico. Sin embargo, es importante señalar que el estilo expuesto por el periódico *La Jornada* fue menos tendencioso.⁵²

Debido a la relevancia y la propensión con la que se colocó el tema de la visita papal en la agenda mediática, tendió a opacar otros temas de interés social, como la pobreza, la marginación, la impunidad, la delincuencia, los homicidios, la corrupción, el asunto de la desaparición de 43 estudiantes normalistas de Ayotzinapa, entre otros. Este proceder mediático de agenda es posible en entornos ya provistos de una importancia significativa respecto a la institución de la iglesia católica, siendo

⁵² Ver en anexos las tablas de Análisis de Contenido referente a las categorías de **Tratamiento de los contenidos, Dirección o tendencia y Enfoque en la nota** para comparar el tratamiento de la información en los tres periódicos.

México uno de los países con más fieles católicos en el mundo, colocar el tema de la visita papal como tema de agenda se percibe metódico.

Sobre esta misma línea, concerniente a la pregunta de investigación: **¿cómo discursan los actores sociales sobre el fenómeno de la visita del Papa Francisco a México en la agenda de los medios?** sin duda, actores como funcionarios del gobierno México y de la Santa Sede discursaron de manera frecuente el tema; asimismo se sumaron a este debate otros actores políticos que inciden en procesos económicos, culturales y políticos.

En respuesta al objetivo de investigación: **conocer la forma en que representa la prensa nacional la relación entre la iglesia católica y el gobierno en su cobertura durante la visita del Papa Francisco a México**, es importante destacar que con la cobertura del tema de la visita papal la prensa nacional exhibió una relación activa con temas de poder político y religioso entre la iglesia católica y el gobierno de México, desde la reunión con el Presidente y obispos de las diferentes corrientes de la iglesia católica, además de la tendencia positiva que denotaron la mayoría de las publicaciones en los diarios, buscando posiblemente la conciliación de la población mexicana con la comunidad católica. Por lo que se puede pensar que el tema del evento de la visita papal dentro de esta agenda de los medios

obedeció a compromisos ideológicos o clientelares cumpliendo al gobierno, partidos políticos, clero y otros grupos de poder⁵³.

Sobre esta misma línea, estos medios de comunicación expresaron una fuerte relación de interdependencia entre los grupos de poder, como un sistema de unión del Estado, que se dice laico, y la iglesia católica, de subordinación y coordinación entre estas dos entidades. Por lo tanto, el presente análisis sistematizó y amplió la comprensión de la agenda mediática como elemento fundamental en el vínculo entre Mass Media, Estado e iglesia católica en el país⁵⁴.

Otro de los hallazgos importantes en esta investigación sobre los medios de comunicación mexicanos, es la evaluación de la agenda mediática desde los temas, relevancia y atributos con que figuró el fenómeno; así como también el esquema o patrón que siguieron los tres diarios al exponer los asuntos y tópicos en una nueva sección dentro de los periódicos dedicada sólo al tema de la visita papal.⁵⁵

⁵³ El clientelismo suele extenderse al control de la comunicación y de los medios a través del manejo y la distribución, precisamente, de una serie de recursos que son significativos para los dueños y operadores de los medios: en dinero, en especie y también en forma de decisiones políticas y administrativas favorables (contratos, permisos, concesiones, licencias, franquicias). En este esquema, las afinidades personales e ideológicas-y los intereses comunes explícitos entre poderes y medios- suelen a su vez hacer parecer como acuerdos libres y espontáneos, sus intercambios y ataduras clientelares. (Carreño,2007:30).

⁵⁴ A diferencia del pasado, cuando los medios dependían más del poder político de lo que el poder político dependía de los medios, hoy el poder político depende más de los medios de lo que los medios dependen de los políticos y de sus poderes diluidos, desvanecidos del Estado y de sus órganos constitucionales (Ejecutivo, Legislativo y Judicial). (Carreño, 2007:28)

⁵⁵ Ver en anexos las tablas de Análisis de Contenido de los tres periódicos referente a la categoría **Sección Temática**.

A partir de la teoría de la Agenda Setting se comprueba que la información que se expuso sobre la visita del Papa Francisco a México en el 2016 como tema de elección para la agenda mediática, influyó en la manera en que la audiencia vio, pensó y centró su atención en un tema u otro, es decir, los temas prioritarios de la agenda mediática serán también relevantes en la agenda pública, en la percepción y retención colectiva. Cabe señalar, tal y cómo lo explica la teoría del Establecimiento de la Agenda, que no todas las personas son influenciadas por la agenda mediática, las personas que se relacionan de manera indirecta o se sientan más identificadas con el tema seleccionado serán las más afectadas. “De allí la ilusión de quienes pretenden que colocar un tema o un mensaje en la agenda de los medios es colocarlos ya en la agenda pública, en las conversaciones cotidianas y en las discusiones del público”. (Carreño, 2007:27).

Sobre esta línea, hoy día los periódicos son imprescindibles como transmisores de información a otros medios, muchas veces las redes sociales como *Facebook* y *Twitter* extienden la información publicada por los medios tradicionales, de ahí que la visita papal fue *Trendic Topic* en la web y primera plana en los diarios analizados en esta investigación.

En último lugar, se puede mencionar que esta investigación se suma a una variedad de análisis que buscan exteriorizar el funcionamiento de los medios, la forma en que se construyen los contenidos y cómo se distribuyen o difunden, considerado en

algún momento el ejercicio del Cuarto Poder⁵⁶ sobre países en donde se simula la democracia y en donde la libertad de expresión es cuestionable, ya que hechos alarmantes que aquejan a las sociedades suelen ser silenciados por los grandes medios vinculados al poder y a intereses privados de grupos privilegiados. Así, se dicta el tratamiento de acontecimientos que serán tematizados, por ende, ordenados y colocados en la atención y memoria pública día a día.

⁵⁶ Dicho en otros términos, la agenda de los medios puede incluir la visión de las empresas informativas como defensoras del interés público, ya sea desde el ejercicio de un “Cuarto Poder” concepto inglés *fourth estate* (cuarto estamento, literalmente)-, tan relevante o más que los tres estamentos clásicos, estados o categorías de la representación del poder (la monarquía, el clero y los comunes) del Reino Unido- donde se acuñó el término. (Carreño, 2007:25)

Bibliografía

Aceves, Gonzáles Francisco de Jesús (2000). **La investigación académica sobre el papel de los medios de comunicación en los procesos electorales en México**. Revista Comunicación y Sociedad, núm. 37, enero-junio de 2000. Disponible en:

http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/37_2000/11-36.pdf

Acosta, Valverde Miguel (2012). **Metodología de investigación en ciencias sociales. Aplicaciones prácticas**. Universidad de Colima. México.

Alonso, Jorge (1999). **Entre el Papa, la pobreza y la guerra en Chiapas**. Revista Envío. Número (202). Managua, Nicaragua. Disponible en: <http://www.envio.org.ni/articulo/920>

Álvarez, Icaza, Longoria Emilio (2000). **Medios y sociedad civil: una alianza para el control político**. Razón y palabra, revista electrónica, Número (18). México. Disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n18/18ealvarez.html>

Andréu, Abela Jaime (2000). **Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada**. Disponible en: <http://public.centrodeestudiosandaluces.es/pdfs/S200103.pdf>

Anuario Pontificio (2016). **Anuario Pontificio 2016 y Annuario Statisticum Ecclesiae 2014: Dinámicas de una Iglesia en transformación**. Disponible en: <https://press.vatican.va/content/salastampa/es/bollettino/pubblico/2016/03/05/estadisticas.pdf>

Arce, Barceló María Esther (2011). **Análisis del Periódico Mexicano “La Jornada” Un modelo de comunicación alternativa en la era de la globalización**.

Tesis doctoral, Universidad de Murcia. España. Disponible en: <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/96869/TMEAB.pdf>

Bautista, García Cecilia Adriana (2012). **La búsqueda de un concordato entre México y la Santa Sede a fines del siglo XIX**. Estudios de historia moderna y contemporánea.

Número 44, pp.93-136. México. Disponible en:
<http://www.scielo.org.mx/pdf/ehmcm/n44/n44a3.pdf>

Carabaza, Gonzáles Julieta (2007). **El papel de la prensa en la construcción de las representaciones sobre la problemática ambiental en los habitantes de Saltillo, Coahuila**. Revista Convergencia. Revista de Ciencias Sociales, enero-abril, 39-71. Universidad Autónoma del Estado de México, México. Disponible en:
<http://www.redalyc.org/pdf/105/10504303.pdf>

Cardoso, Vargas, Hugo Arturo (2010). "Análisis de Contenido" y "La herencia de Bernard Reuben Berelson", en **El Análisis de Contenido: técnica y desarrollo metodológico**. UNAM, FES Acatlán. México.

Carreño, Carlón José (2007). **Para entender los medios de comunicación**. Nostra Ediciones. México.

Cartes, Barroso, Manuel Jesús (2014). **Los viajes papales y el diálogo interreligioso. El tratamiento informativo de la presencia de Francisco en Tierra Santa según la Prensa española**. Derechos humanos emergentes y periodismo (pp. 226-243). Universidad de Sevilla. España. Disponible en: <http://hdl.handle.net/11441/31053>

Castellanos, Díaz Juliana (2011). **De lo impreso a lo digital, la migración de los periódicos impresos de América Latina a los entornos digitales**. Razón y Palabra. Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación, Número (77), agosto-octubre.

Castillo, Rosas Julio (2013). **Los periódicos más leídos en México**. Secretaría de Gobernación. México. Disponible en: <http://www.aldf.gob.mx/archivo-7e4c2bbebb447407c00b3178a46c020d.pdf>

Ceballos, Ramírez Manuel (1996). **Iglesia católica, Estado y Sociedad en México tres etapas de estudios e investigación**. Frontera Norte, vol.8, Número (15), enero-junio. Disponible en:
<https://fronteranorte.colef.mx/index.php/fronteranorte/article/download/1485/928>

Comisión Interamericana de los Derechos Humanos (2015). **Situación de los derechos humanos en México**. Organización de los Estados Americanos. Disponible en <http://www.oas.org/es/cidh/informes/pdfs/Mexico2016-es.pdf>

Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (2014.). **Dirección de Participación y Consulta Indígena, Memoria de la consulta sobre migración de la población indígena, 2005**. Disponible en: http://www.cdi.gob.mx/dmdocuments/consulta_migracion_poblacion_indigena.pdf

Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (2015). **CONEVAL informa los resultados de la medición de pobreza en el 2014**. Comunicado de Prensa. DF, México. Disponible en: http://www.coneval.org.mx/SalaPrensa/Documents/Comunicado005_Medicion_pobreza_2014.pdf

Consejo Nacional de Evolución de la Política de Desarrollo Social (2014). **Medición de la Pobreza. Anexo estadístico 2014**. México. Disponible en: http://www.coneval.org.mx/Medicion/MP/Paginas/AE_pobreza_2014.aspx

Cuamea, Velázquez Felipe (1996). **La iglesia católica en México: en la arena política**. Revista mexicana de ciencias políticas y sociales. Vol.41, Número 165, jul-Sep., p. 141-67. Universidad Autónoma de México. Distrito Federal, México.

Del Valle, Aguirre Brenda Ofelia (2015). **Bernard Berelson**. Prezi. Disponible en: <https://prezi.com/xdlvo-hqhsvj/bernard-berelson/>

Duran, Santoyo Olivia (2000). **Presencia, representación y temas indígenas en la prensa mexicana: Análisis de Contenido de La Jornada, El Norte, Proceso y Época desde la Teoría de la Agenda Setting y la Sociología de Mensajes durante el año 2000**. (Tesis de Maestría en Ciencias, Especialidad en Comunicación). Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. Monterrey, México.

Estrada, C. Julio y Lizárraga, B. Alfonso (1998). **El Análisis de Contenido. Hacia una metodología de la reconstrucción. Fundamentos, crítica y alternativas a la metodología y técnicas de investigación social**, UNAM, Porrúa. México

Fregoso, Juliana y Gaytán, Felipe (2002). **Juan Pablo II, Superestar**. Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, Quinto, Número (79), pp4-11. Ecuador. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/160/16007902.pdf>

Frisella y Gonzáles (2006). **Habemus Papa. Acerca de la construcción informativa de los diarios españoles en la elección del nuevo pontífice**. Universidad Nacional de La Plata. Argentina.

García, Carreón, Hernández, Bautista y Méndez (2013). **La cobertura de la Prensa en torno a la inseguridad migratoria durante elecciones presidenciales**. Revista de Comunicación de la SEECI, marzo. Año XVII (Num.30), pp.57-73. Disponible en: http://www.seeci.net/revista/index.php/seeci/article/view/8/pdf_22

Gonzáles, del Refugio María (1992). Las relaciones de la Iglesia y el Estado en México. Estudios jurídicos en torno a la Constitución mexicana de 1917, en su septuagésimo quinto aniversario. Instituto de Investigaciones Jurídicas. UNAM. DF, México.

Instituto Mexicano de Doctrina Social Cristiana (2014). **Encuesta Nacional de Cultura y Práctica religiosa en México**. IPSOS PUBLIC AFFAIRS. México. Disponible en: http://www.encuestacreerenmexico.mx/docs/encuesta_crear_2014.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2010). **Censo de población y vivienda**. Secretaría de Gobernación México. Disponible en: http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/censos/poblacion/2010/panora_socio/Cpv2010_Panorama

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2010). **Panorama de las religiones en México 2010**. Secretaría de Gobernación. México. Disponible en: http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/productos//prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/censos/poblacion/2010/panora_religion/religiones_2010.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2015). **Encuesta Nacional de Victimización y Percepción sobre Seguridad Pública**. Boletín de Prensa Núm. 395/15. Disponible en: http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/boletines/2015/especiales/especiales2015_09_7.pdf

Instituto Federal Electoral (2014). **Catálogo Nacional de Medios Impresos e Internet 2014**. Coordinación Nacional de Comunicación, Diarios Distrito Federal Social. Disponible en: http://www.ine.mx/archivos2/DS/recopilacion/JGEor201401-24ac_01P04-01x01.pdf

Jiménez, Alatorre Martín (2006). **Las crisis económicas de México en 1976 y 1982 y su relación con la criminalidad**. Sincronía, A Journal for the humanites and social sciencies. núm. (4). Universidd de Guadalajara, México.

Krippendorff, Klaus (1990). **Metodología de Análisis de Contenido Teoría y práctica**. Paidós Comunicación: Barcelona. España. Disponible en: <https://books.google.com.mx/books?id=LLxY6i9P5S0C&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

Lira, Maribel (2015). **Agenda Setting, Funcionalismo**. [Entrada de blog]. Disponible en: <http://maribellbfuncionalismo.blogspot.mx/2015/06/agenda-setting.html>

López, Veneroni Felipe (2010). **La significación de lo político en el discurso periodístico en México 2006-2007**. Universidad Nacional Autónoma de México. México.

Louvier (2015). **viajes de juan pablo ii a México**. Disponible en: http://www.enciclopediahistcultiglesiaal.org/diccionario/index.php/VIAJES_DE_JUAN_PA_BLO_II_A_M%C3%89XICO

Lozano, José Carlos (1989). **Imágenes de México en la prensa norteamericana: análisis comparativo de la cobertura de México en Time y Newsweek de 1980 a 1986**. Comunicación y Sociedad, (Num.7), 77-102. Guadalajara. Disponible en: http://www.comunicacionysociedad.cucsh.udg.mx/sites/default/files/a3_37.pdf

Mejías, Alda Sonia (2015). **Certezas e incertidumbres sobre las nuevas relaciones entre Estados Unidos y Cuba**. Instituto Español de Estudios Estratégicos. Disponible en: http://www.ieeee.es/Galerias/fichero/docs_opinion/2015/DIEEEE016-2015_Cuba_EEUU_SoniaAlda.pdf

Mena, Montes Noemí (2010). **Un estudio sobre la inmigración (2000-2008): La construcción de la agenda (Agenda Building) y la evolución de los encuadres (Frame Building) en el discurso políticoparlamentario, mediático y sus referencias a la opinión pública**. (Tesis doctoral, Universidad Rey Juan Carlos). Madrid.

Merí, López Amparo (2011). **Hibridación de géneros en el tratamiento de grandes eventos de informativos de televisión El caso de la visita del Papa a España en la Sexta Noticias**. UNIVERSITAT JAUME I. Castellón. Madrid.

Meyer, Jean (1973). **La Cristiada 1-la guerra de los cristeros**. Siglo XXI. México.

Moreno, Basurto, Luz Zareth (2002). **Educación, comunicación e imaginarios sociales**. Razón y Palabra, núm. (25), febrero-marzo. México. Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n25/lmoreno.html#3>

Morley, David (2008). **Medios, modernidad y tecnología Hacia una teoría interdisciplinaria de la cultura**. España: Gedisa.

Muñiz, Carlos (2011). **Encuadres noticiosos sobre migración en la prensa digital mexicana. Un Análisis de Contenido exploratorio desde la teoría del Framing**. Convergencia, Revista de Ciencias Sociales, enero-abril, 213-239. Universidad Autónoma del Estado de México, México. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10515210009>

Nájar, Alberto y Paullier, Juan (2015). **México: informe de expertos desmiente la versión oficial de que los estudiantes de Ayotzinapa fueron incinerados**. BBC Mundo: Ciudad de México. Disponible en: http://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/09/150906_mexico_informe_expertos_giei_cidh_estudiantes_ayotzinapa_jp

Navarrete, Canales Amador (2005). **La Iglesia y los Medios de Comunicación Social**. Universidad de San Martín de Porres. Cultura; Vol. 19, No 19. Disponible en: http://www.revistacultura.com.pe/imagenes/pdf/19_15.pdf

Orbe, Cárdenas Edison Giovany (2012). **Análisis de la Agenda Setting de los medios de comunicación: televisivos, impresos y digitales del Ecuador, entre abril y mayo de 2012. Caso de estudio: Diario El Comercio**. (Tesis de licenciatura en Comunicación Social, Universidad Técnica Particular de Loja). Disponible en: <http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/6172/1/TesisEdisonOrbe.pdf>

Organización de las Naciones Unidas (2014). **La situación demográfica en el mundo 2014**. Disponible en: <http://www.un.org/en/development/desa/population/publications/pdf/trends/Concise%20Report%20on%20the%20World%20Population%20Situation%202014/es.pdf>

Pacheco, Alejandro (2016). **Dan exclusiva a Televisa y Tv Azteca por visita del Papa Francisco**. SDPnoticias. Disponible en: <http://www.sdpnoticias.com/nacional/2016/01/17/dan-exclusiva-a-televisa-y-tv-azteca-por-visita-del-Papa-francisco>

Paullier, Juan (2106). **El Papa en México: 8 cosas que los mexicanos esperan de la visita de Francisco**. BBC Mundo. Disponible en: http://www.bbc.com/mundo/noticias/2016/02/160205_mexico_Papa_francisco_visita_que_esperan_mexicanos_jp

Pérez, Rayón Nora (2013). **Estado, iglesia católica y anticlericalismo. La primera visita de Juan Pablo II en la prensa de opinión**. Universidad Autónoma Metropolitana-A. Almaqui Editores. México.

Pérez, Rayón Nora (2015). **El Colegio de Jalisco, Juan Pablo II y México. ¿Una relación especial en el contexto mundial?** marzo-agosto, Núm. 9. México. Disponible en: <http://www.scielo.org.mx/pdf/ins/n9/n9a5.pdf>

Pomerleau, Claude (1987). **El problema de las relaciones Iglesia-Estado en México**. Estudios Internacionales, 20(78), p. 223-241. doi:10.5354/0719-3769.1987.15738.

Prieto, Castillo Daniel (1991). **Diseño y comunicación**. Premia Editora. México.

Real Academia Española (2001). **Diccionario de la Lengua Española**. Disponible en: <http://lema.rae.es/drae/> (Consulta 11-04-2012)

Redacción AN (2016). **Más de 53 millones de mexicanos vieron por tv la visita del Papa**. Aristegui noticias. Disponible en: <http://aristequinoticias.com/1902/mexico/mas-de-53-millones-de-mexicanos-vieron-por-tv-la-visita-del-Papa/>

Redacción Animal Político (2016). **65% de los mexicanos se niega cubrir gastos de visita del Papa: Parametría**. Animal Político. Disponible en: <http://www.animalpolitico.com/2016/02/65-de-los-mexicanos-se-niega-cubrir-gastos-de-visita-del-Papa-parametria/>

Redacción (2016). **Peregrinación a la Basílica de Guadalupe**. Catholic.net. Disponible en: <http://es.catholic.net/op/articulos/2039/la-baslica-de-guadalupe.html>

Riva, Palacio Roberto Alonso (2002). **Análisis de Contenido de la sección internacional en la prensa mexicana**. (Tesis de Maestría, Instituto Tecnológico y de estudios superiores de Monterrey). Disponible en: https://repositorio.itesm.mx/ortec/bitstream/11285/570609/1/DocsTec_1425.pdf

Riva, Palacio Raymundo (1995). **La prensa en México Una aproximación crítica**. DECS, Universidad de Guadalajara, (25-26), septiembre-abril, pp. 11-33. México.

Rivas, Rodríguez Francisco Javier (2015). **Reporte Mensual sobre los delitos de alto impacto, diciembre 2015**. Observatorio Nacional Ciudadano. Disponible en: http://onc.org.mx/wp-content/uploads/2016/02/Dig_Dic_2015.pdf

Rodelo, Amezcua Frida Viridiana (2015). **El tratamiento de la iniciativa Mérida en los periódicos mexicanos: análisis de encuadres y exploración del papel de la orientación política de las publicaciones y el media input presidencial.** (Tesis doctoral), Universidad de Guadalajara, México.

Rodríguez, Díaz Raquel (2004). **Teoría de la Agenda-Setting aplicación a la enseñanza universitaria.** Observatorio Europeo de Tendencias Sociales: España.

Rodríguez, Rodríguez Rafael (2009). **La libertad religiosa en México “XVII años de vigencia de la ley de asociaciones religiosas y culto público.** [Tesis doctoral, departamento de derecho público y filosofía jurídica]. Madrid.

Rodríguez, Darinka (2016). **Ciudad de México, la visita ‘obligada’ del Papa Francisco.** Alto Nivel. Disponible en:<http://www.altonivel.com.mx/55369-ciudad-de-mexico-la-visita-obligada-del-Papa-francisco/>

Rodríguez, Díaz Raquel (2004). **Teoría de la Agenda Setting. Aplicación a la enseñanza universitaria.** Alicante: Observatorio Europeo de Tendencias Sociales, 2004. 158 p. ISBN 84-609-2460-2. España.

Sampieri, Roberto, Collado, Carlos y Baptista Lucio (2010). **Metodología de la Investigación, Quinta edición.** McGraw Hill, interamericana editores S.A. De C.V., (pp.601). Perú.

Secretaría de gobernación (2016). **Padrón Nacional de Medios Impresos.** Disponible en:<http://pnmi.segob.gob.mx/>

Secretariado Ejecutivo del Sistema Nacional de Seguridad Pública (2015). **Cifras de homicidio doloso, secuestro, extorsión y robo de vehículos, 1997-2015.** Disponible en: http://secretariadoejecutivo.gob.mx/docs/pdfs/cifras%20de%20homicidio%20doloso%20secuestro%20etc/HDSECEXTRV_092015.pdf.

Serrato, Sánchez Guadalupe María (2013). **La construcción de personajes: El subcomandante Marcos y la prensa en México 1994 a 1995.** Tesis Doctoral, Universidad

Autónoma de Barcelona. Disponible en:
http://ddd.uab.cat/pub/tesis/2013/hdl_10803_129399/gmqss1de1.pdf

Soto, Guzmán, Mayra (2009). **Análisis de Contenido**. SlideShare. Disponible en:
<http://es.slideshare.net/mayrasoto/analisis-de-contenido-2299431>

Studylib (2019). **Emplazamiento de la prensa**. Disponible en:
<https://studylib.es/doc/27860/emplazamiento-de-la-prensa>

Tapia, Aguilar y Plata (2014). **El lado oscuro de la persuasión**. Editores, 2010. México. P.196.

The New York Times en Español (2016). **Los mexicanos opinan sobre la visita del Papa Francisco**. The New York Times. Disponible en:
<http://www.nytimes.com/es/2016/02/13/los-mexicanos-opinan-sobre-la-visita-del-Papa-francisco/>

Torralla, Francesc (2014). **La revolución de la ternura, el verdadero rostro del Papa Francisco**. Ed. Milenio, México.

Trejo, Delarbre Raúl (2013). **Laicidad y Medios de comunicación**. Instituto de Investigaciones Jurídicas, colección de cuadernos “Jorge Carpizo” para entender y pensar la laicidad. Universidad Nacional Autónoma de México, (17). Disponible en:
<https://rtrejo.wordpress.com/2013/07/08/laicidad-y-medios-de-comunicacion/>

Trejo, Delarbre Raúl (2016). **Información y medios en la constitución de la Ciudad de México**. Configuraciones 41, Revista de la Fundación Pereyra y del Instituto de Estudios para la Transición Democrática, (41), Pp.187-195.

Trejo, Delarbre Raúl (2001). **Mediocracia sin mediaciones Prensa, televisión y elecciones**. Edit. Cal y arena. México DF: Disponible en:
<https://rtrejo.wordpress.com/2012/08/10/mediocracia-sin-mediaciones-prensa-television-y-elecciones-2001/>

Trejo, Delabre Raúl (1994). **Guerra en Chiapas, sorpresa en los medios Del 1 al 12 de enero de 1994. Chiapas la comunicación enmascarada (1994) Los medios y el pasamontañas.** Editorial Diana: México. Disponible en: <https://rtrejo.wordpress.com/2012/05/20/chiapas-la-comunicacion-enmascarada-1994/>

Trejo, Delabre Raúl, (2007). **López Obrador: La construcción de una campaña.** Sociedad y política, Revista Topodrilo, (1) septiembre-octubre de 2007, pp. 5-10.
Universidad de las Américas Puebla (2016). **Índice Global de Impunidad México. Centro de estudios sobre impunidad y justicia.** Disponible en: http://www.udlap.mx/igimex/assets/files/igimex2016_ESP.pdf

Uribe, Mónica (2014). **El Papa Francisco y México. La iglesia católica en México durante el pontificado de un jesuita argentino: Jorge Mario Bergoglio.** El Cotidiano, (187), septiembre-octubre, 165-190. Azcapotzalco, México. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=32531885011>

Varona, Gómez Daniel (2011). **Medios de comunicación y puntivismo.** InDret Revista para el análisis del derecho. Universidad de Girona 1/2011- Barcelona. Disponible en: http://www.indret.com/pdf/791_1.pdf

Vera, Rodrigo (2013). **Benedicto y su fallida visita a México. Proceso, (2062).** Disponible en: <http://www.proceso.com.mx/333937/benedicto-y-su-fallida-visita-a-mexico>

Villa, Roiz Carlos (2016). **México es uno de los países más visitados por los Papas, al lado de Francia, Polonia, Alemania, España, Brasil y los Estados Unidos.** Sistema Informativo de la Arquidiócesis de México, (SIAME), México. Disponible en: <http://www.siame.mx/apps/info/p/?a=1>

Hemerografía

Barranco, V. Bernardo (2015). **El Papa Francisco ante la iglesia mexicana.** La jornada. México. Disponible en: <https://www.jornada.com.mx/2015/12/30/opinion/014a1pol>

Barranco, V. Bernardo (2013). **Francisco jesuita, Bergoglio no tanto. Los retos del Vaticano.** Opinión. La jornada. México. Disponible en <http://www.jornada.unam.mx/2013/03/20/opinion/006a1pol>

Cruz, Mónica (2016). **La otra bienvenida al Papa en México: críticas en redes al costo de la visita de Francisco.** El país. México. Disponible en: http://verne.elpais.com/verne/2016/02/12/mexico/1455287253_239659.html

De la Vega, Alejandro (1999). **Reforma, Corazón de México.** México DF. Extraído de la Hemeroteca Nacional.

De la Vega, Alejandro (2012). **Reforma, Corazón de México.** México DF. Extraído de la Hemeroteca Nacional.

De la Vega, Alejandro (2016). **Reforma, Corazón de México.** México DF. Extraído de la Hemeroteca Nacional.

Ealy, Ortiz Felicita (1979). **El Universal, El gran diario de México.** Núm. 22,457. Tomo CCL. México DF. Extraído de la Hemeroteca Nacional.

El Universal (1979). **Humilde, Bendijo y Besó Tierra de América.** Primera plana, núm. 22, 481. Extraído de la Hemeroteca Nacional.

El Universal (1979). **El fervor hizo arrodillar a millones.** Primera plana, núm. 22, 482. Extraído de la Hemeroteca Nacional.

El Universal (1979). **Aprendan a Vivir en paz, Gobernantes y Súbditos.** Primera plana, núm. 22, 483. Extraído de la Hemeroteca Nacional.

El Universal (1979). **América Latina, Continente de la esperanza.** Primera plana, núm. 22, 484. Extraído de la Hemeroteca Nacional.

El Universal (1979). **El Papa, voz de los Débiles de Todo el Mundo.** Primera plana, núm. 22, 485. Extraído de la Hemeroteca Nacional.

El Universal (1979). **Me duelen la Injusticia, la Violencia y el Odio**. Primera plana, núm.22, 486. Extraído de la Hemeroteca Nacional.

El universal (2000). **Historia breve**. El Universal.mx México. Disponible en: <http://archivo.eluniversal.com.mx/pie/historia1.html>

El universal (2012). **1.500 periodistas seguirán la visita de Benedicto XVI a México**. El Universal, Disponible en: <http://www.eluniversal.com/internacional/120323/1500-periodistas-seguiran-la-visita-de-benedicto-xvi-a-mexico>

Jiménez, Sergio Javier (2002). **Si violó Fox las leyes al besar el anillo del Papa**. El universal.mx. México. Disponible en: <http://archivo.eluniversal.com.mx/nacion/87625.html>

La Jornada (2014). **Califica la ONU de “profundamente perturbador el caso Ayotzinapa**. Disponible en: <http://www.jornada.unam.mx/2014/11/13/politica/010n2pol>

Lira, Saade Carmen (1996). **La Sociedad en el espejo de las princesas**. La Jornada. Disponible en: <http://www.jornada.unam.mx/info/>

Lira, Saade Carmen (2002). **Atraso mediático, regresión política**. [Editorial]. La Jornada. Disponible en: <http://www.jornada.unam.mx/2002/08/01/edito.php>

Lira, Saade Carmen (2002). **La Jornada**. La Jornada versión impresa, México DF. Consultada en <http://www.jornada.unam.mx/2016/12/10/>

Navarrete, Priscila (2016). **México creyente: así es el panorama religioso en el país**. El País. México. Disponible en: http://verne.elpais.com/verne/2016/03/22/mexico/1458665607_710071.html

Núñez, Refugio (1979). **Dará la Bienvenida JLP al Papa en el Aeropuerto**. El Universal, p.1. Extraído de la Hemeroteca Nacional.

Núñez, Refugio (1979). **Bienvenida JLP y Juan Pablo**. El Universal, p.4. Extraído de la Hemeroteca Nacional.

Olivares, Alonso Emir y Villalpando Rubén (17 de septiembre de 2015). **En Chihuahua, 727 feminicidios entre 2010 y 2014, afirman ONG**. La Jornada. (p.30). México. Disponible en: <http://www.jornada.unam.mx/2015/09/17/estados/030n1est>

Payan, Volver Carlos (1990). **La Jornada**. México DF: Extraído de la Hemeroteca Nacional.

Payan, Volver Carlos (1993). **La Jornada**. Primera Plana, Núm. 3205, México DF. Extraído de la Hemeroteca Nacional.

Pierre, Marc René. (2015). **Crece pobreza en México; hay dos millones más: Coneval**. El universal. Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/nacion/sociedad/2015/07/24/crece-pobreza-en-mexico-hay-dos-millones-mas-coneval>

Quiroz, Reyna Julio (2016). **Derrama económica de 2 mil 500 mdp por visita del Papa: Sectur**. La Jornada. Disponible en: <http://www.jornada.unam.mx/ultimas/2016/02/11/derrama-economica-por-2-mil-500-mdp-por-visita-del-Papa-sectur-8401.html>

Ramírez, A. y García, C. G. (1990). **Carlos Salinas recibirá al Papa en el aeropuerto**. La Jornada, p. 1. Extraído de la Hemeroteca Nacional.

Reforma (2016). **México, cada vez menos católico**. Zócalo Saltillo. Disponible en: <http://www.zocalo.com.mx/seccion/articulo/mexico-cada-vez-menos-catolico-1454854585>

Siscar, Majo (2014). **Periodismo de Investigación. Bajan católicos; suben evangélicos**. El universal. Disponible en: <http://archivo.eluniversal.com.mx/nacion-mexico/2014/periodismo-de-investigacion-bajan-catolicos-suben-evangelicos-1005360.html>

ANEXOS

TABLA DE ANÁLISIS DE CONTENIDO DEL PERIÓDICO *EL UNIVERSAL*

TABLA DE ANÁLISIS DE CONTENIDO DEL PERIÓDICO *REFORMA*

TABLA DE ANÁLISIS DE CONTENIDO DEL PERIÓDICO *LA JORNADA*

DOCUMENTOS HEMEROGRÁFICOS

Bendiciones Para Todos Impartió el Papa al Llegar al Aeropuerto

LA HORA DE LA NOTICIA
ESTA EN EL

GRAFICO

el vespertino de las 3.30 p.m.
¡PIDALO! de Lunes a Sábado

EL UNIVERSAL

EL GRAN DIARIO DE MEXICO

aviso oportuno

EL SUPER VENDEDOR
que trabaja 168 horas
e la semana para usted.

Presidentes y Director General, LIC. JUAN FRANCISCO CALY ORTIZ • MEXICO, D. F., SABADO 27 DE ENERO DE 1979 • AÑO LXIII • NUMERO 22,482 • TOMO LCL

El Fervor Hizo Arrodillar a Millones



En un vehículo desfiló el Papa Juan Pablo II, acompañado de varios dignatarios de la Curia, ante una multitud inmensa desde el aeropuerto hasta la Catedral Metropolitana de la Ciudad de México, sede del pontificado de San Pedro.

También Basó Tierra de México Rosas de la Guadalupe a le Fueron Entregadas al Papa

Por ANTONIO ANDRADE

Con beatífica sonrisa en un rostro rosado y de mirada vivaz y generosa, Juan Pablo II apareció ayer a las 13:03 horas en la puerta del avión que trajo por primera vez a México al Vicario de Cristo.
Levantó y giró los brazos para estrechar a toda la grey católica mexicana, y en seguida impartirle su bendición.
El viento movió su blanco labio negro y su solapa blanca. Repitió su bendición, primero al frente (Este), luego al Sur, después al Norte.
Unos cuatro mil jóvenes congregados en el hangar de la Secretaría de Asentamientos Humanos y Obras Públicas, lo ovacionaba. «Viva el Papa!», «Viva México!», mientras en el cielo flameaban miles de banderas blancas con rosas y crucifijos.
Siempre sonriente descendió por la escalinata que tenía los colores del Vaticano. Al pie, rendidos en respetuoso, le agradaban el Presidente de México y la señora Carmen Romano de López Portillo, así como cinco prelados de la Iglesia latinoamericana.
Después, humilde y reverente, el Santo Padre se arrodizó y besó tierra mexicana.
Luego se saludó con el Presidente López Portillo, quien le expresó con tono solemne: «Señor, sus oraciones bendicen a México, que su misión de paz y concordia en los esfuerzos de justicia que realiza, tengan éxito en estos primeros momentos. Lo dice así el rostro de sus arcángelos y heles de su Iglesia, y que todo sea para bien de la humanidad».
El Papa le respondió en claro español: «Esa es mi misión y ministerio. ¡Continúa en la página 10!»



El Presidente López Portillo recibió anoche en Los Pinos la visita de cortesía que le hizo el Papa Juan Pablo II. Acompaña al Primer Mandatario su esposa la señora Carmen Romano de López Portillo.

¡Viva el Papa! Clamó la Multitud A Juan Pablo II la Emoción se le Quebró en Lágrimas

Por MANUEL MEJÍDO

Millones de mexicanos, por primera vez en la historia, se pusieron ayer de rodillas—en la Plaza de la Constitución y a lo largo de los 18 kilómetros que hay entre el aeropuerto y la Catedral—, para recibir la bendición de Juan Pablo II.
El recorrido de Su Santidad por las calles del Distrito Federal fue acompañado por el taller de 25,000 campanas de 8,000 tonos, una alborada de raras y graves y una rumba de papel picado.
El Papa salió del aeropuerto a las 14:45 horas, vestido de blanco, del solideo a las sandalias. Pero debido al fuerte sol, tuvo que ponerse un capazo tan rojo como el rostro de campesino jalisco.
Cincuenta y cinco minutos duró su viaje entre el aeropuerto y la Catedral Metropolitana, pasando por las calles Economía, A1, avenida Fray Servando Teresa de Mier, 20 de Noviembre y la Plaza de la Constitución, en donde no ondulaba ni una sola bandera amarilla y blanca del Vaticano, resaltando la enseña tricolor a toda vista en Palacio Nacional.
A lo largo del trayecto, el pueblo mexicano mantenido de mil maneras, su enorme cariño por el Papa y su profundo sentimiento religioso católico: hombres y mujeres llegaron a las verjas con sus hijos enfermos en los brazos y mujeres en alica de ruidos, para que fueran bendecidos por el Soberano Pontífice, sin ningún regalo—y no habla por qué tenerlo—, sobre las aceras y en el arroyo de las calles se postraba la gente de rodillas, con la intención también de que le alcanzaran las bendiciones del Santo Padre.
¡Continúa en la página 10!»

En Catedral Crónica de una Misa

«Con lo ignota a el pueblo mexicano, nos a Señora Liberadora a lo largo de vida.»
«Vista en su templo»
Por MIGUEL REYES RAZO,
escritor en la página 10.

De carne y de hueso, Juan Pablo II convocó:
— Hermanos, Hermanos, Reconocimiento nuestro, decidos.
— El tiempo se hizo angustia. Mas a pascuaron. Y vive como un sus pero se extinguó el color.
— Un solo Señor.
— La Catedral Metropolitana habla. Por los hermanos misos reconocida la voz del coronel José Salazar. El sacrificio se misaba. El rito pens. Venial halla.
— Deb en la iniqua—remacho. Salazar.
— Y Ernesto Corripio reutiliza.
— Con los brazos abiertos. Con el corazón abierto. Bendición. Misión. Continúa en la página 10.

Breve Historia del Papado (13) De San Pedro a Juan Pablo II

- ★ Del fin del Gran Cisma a la Reforma
- ★ Depone el Concilio a los dos Papas
- ★ Las Negociaciones con Constantinopla

Por ORTEGA
Urbano VI (1378-1389). Bartolomé Program fue elegido en Roma el 8 de abril de 1378, después de manifestaciones populares que lo eligieron en mucha libertad de los votantes. No era cardenal sino obispo de Bari. Por lo tanto, no se encontraba en Roma en el momento del voto.
Desde el principio de su pontificado disminuyó la importancia del obispo francés en el Sacro Colegio. Estas y otras medidas provocaron que trece cardenales de ascendencia francesa se fueran a Fondi, declarando antipapado a la elección de Urbano VI, y eligiendo como Papa al cardenal Roberto de Genéve. Se tomó el nombre de Clemente VII. A pesar de los sucesos de inderogación que Catalina de Siena daba a Urbano VI, éste no pudo evitar el cisma por su actitud ofensiva hacia ciertos miembros del Sacro Colegio. Bajo el nombre de Gran Cisma de Occidente, éste duró en dos a la cristiandad durante cincuenta y dos años.
Carlos V, de Francia, tomó partido por Clemente VII, que había su residencia en Aviñon, mientras que el imperio e Inglaterra apoyaban a Urbano VI. Este murió el 13 de octubre de 1393.
Bonifacio IX (1389-1404). Piero Tomazini, papa de 1389 a 1404. Fue elegido en la página 10.

Por una Hora Hablaron el Presidente de México y Su Santidad de Justicia y de paz en el Mundo

Por ANGEL GÓMEZ GRANADOS,
escritor en la página 10.

El Presidente López Portillo y el Papa Juan Pablo II plantaron anoche, durante una hora, en Los Pinos. Aunque oficialmente no se dieron a conocer los detalles de las pláticas, se supo que el Primer Mandatario mexicano y el representante de más de 700 millones de católicos

hablaron de la paz mundial, del deber de los mexicanos, y de otros temas de interés mundial. Juan Pablo II llegó a las 19:52 horas a Los Pinos.
Lo hizo a bordo de un Ford Galaxie azul plática-GRS-024, que en la parte superior en la página 10.

En Nerviosa Espera, Puebla vio al Sumo Pontífice por Televisión

Por NIDIA MARÍN,
escritor en la página 10.

PUEBLA, Pue., 26 de enero.—Y los «Vagueros Torreadores» suspendieron su danza y cada vez quedó en silencio. Y en este candente mediodía del siglo XX mexicano, cinco mil campanas de Chocoma y Puebla sonaron a jolote. Wolyta, «el Papa del Beso a América», llegó.
Los obispos del Puebla fueron saludados frente a los televisores. Jamás ron que el aire ochara sobre el rostro de Juan Pablo II la capelina cuando debió suelto mexicano y sonaron ampliamente cuando el Papa se caló un sombrero de cherozo.
¡Continúa en la página 10!»

Dónde se Podrá ver hoy al Papa

Las actividades de Su Santidad Juan Pablo II para hoy se concentran en la misa y procesión católica de Nuestra Señora de Guadalupe.
Su viaje desde la Delegación Ajacitlán hasta la villa y el regreso, a bordo de un automóvil, permitirá que el pueblo pueda verlo a su paso por las siguientes calles:
¡Continúa en la página 10!»

Nelson Rockefeller
Falleció Anoche
Información en la Página 12

Plazo Para Suscribirse a EL UNIVERSAL Seis Meses por Sólo \$600 Termina el día 31

La Jornada

DIRECTOR GENERAL: CARLOS PAYAN VELVER ■ MEXICO, D.F. AÑO SEIS ■ NUMERO 2028

■ Llamó el Papa a "superar viejos enfrentamientos"

HOY LUNES 7 DE MAYO DE 1990

El diálogo, signo de la reunión Salinas-Juan Pablo



En el respeto no hay renuncia a convicciones, dijo el Presidente

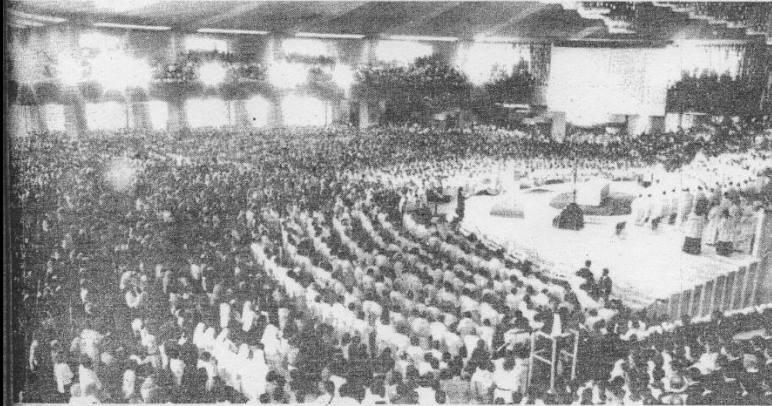
Miguel Ángel Rivera □ Lo principal es ser humano. La tarea es crear las condiciones materiales para que todos puedan, en libertad, escoger su horizontes de vida. Promovemos más justicia, más participación, más atención, sobre todo hacia aquellos que menos tienen porque su destino es también el nuestro, afirmó el presidente Carlos Salinas de Gortari al recibir al papa Juan Pablo II, a quien llamó "amigo de México y peregrino de paz". ■ 10

Favorecer la solidaridad entre los mexicanos, pidió el pontífice

Clara Guadalupe García ■ En su llegada a México, el papa Juan Pablo II dijo que "en nuestros días-estamos viviendo momentos cruciales para el futuro de este querido país y también para este continente"; pidió, "superar viejos enfrentamientos y fomentar una creciente solidaridad entre todos los mexicanos, que les lleve a acometer con amplitud de miras un decidido compromiso por el bien común", y envió su bendición a todos, ■ 6

DIÁLOGO
ES PADRE DE LA IGLESIA
MEJORARÁ EL DISCURSO EN SENTIDO BUENO, NO PODÍA SER LA EXCEPCIÓN, Y QUIZÁ ESTO EXPLIQUE QUE DESPUÉS DE HABERSE ANUNCIADO QUE EL PRESIDENTE SALINAS DE GORTARI NO ASISTIRÍA A LA RECEPCIÓN EN EL AEROPUERTO.

Es bien sabido que todo discurso religioso, tiene siempre implicaciones políticas, en mayor o menor grado. El del papa Karol Wojtyla, en este caso, no podía ser la excepción, y quizá esto explique que después de haberse anunciado que el presidente Salinas de Gortari no asistiría a la recepción en el aeropuerto. ■ 2



Monstruosa ceremonia de beatificación de Juan Diego en la Basílica de Guadalupe ■ Foto: José Antonio López



El presidente Carlos Salinas y el papa Juan Pablo II, durante la ceremonia de bienvenida en el hangar presidencial ■ Foto: Frida Hartz

Escriben sobre la banca:

- Sergio Aguayo ■
- Alberto Barranco ■
- Rosalba Carrasco ■
- Francisco Hernández ■

■ Juan Diego, el padre Yermo y los Niños Mártires de Tlaxcala, beatificados

■ PLAZA PUBLICA

Miguel Angel Granados Chapa

Dentro de la Basílica, trajes y vestidos elegantes; afuera, bajo la lluvia, los fieles de rodillas

- El Papa en México
- Mutación inminente

El pueblo católico de México no puede permanecer indiferente ante la pobreza, la corrupción, los ultrajes a la verdad y los derechos humanos, dijo el Papa en su mensaje. Convocó a los laicos a comprometerse más activamente en la reevangelización de la sociedad. Miles de fieles que permanecían en el atrio, calles aledañas y azoteas lo aclamaron cuando salió al balcón de la Basílica. En las calles del Distrito Federal jóvenes y niños, monjas y amas de casa, familias enteras habían esperado durante horas, a pesar del mal clima, para verlo pasar. Como siempre, el negocio: desde capas de hule hasta escapularios, rosarios y medallas. Escriben sobre la visita del Papa: Roberto Blancarte, Hermann Bellinghausen, Oscar Camacho, David Fernández, Clara Guadalupe García, Cristina Martín, José Antonio Román y Roberto Zamarripa ■ 3, 5, 7, 8, 9 y 10

Después de la recepción oficial al Papa, ayer, puede afirmarse que nunca como ahora ha estado tan próxima la modificación del estatus jurídico de la Iglesia, establecido en 1917 y en la práctica modificado en 1929. Así lo evidencian el formato y el calor y de la ceremonia, y el contenido de los discursos dichos pocos minutos después de las 14 horas de ayer en el aeropuerto, por el papa Juan Pablo II y el presidente Carlos Salinas. ■ 4

1000 pesos

HEMEROTECA NACIONAL
MEXICO

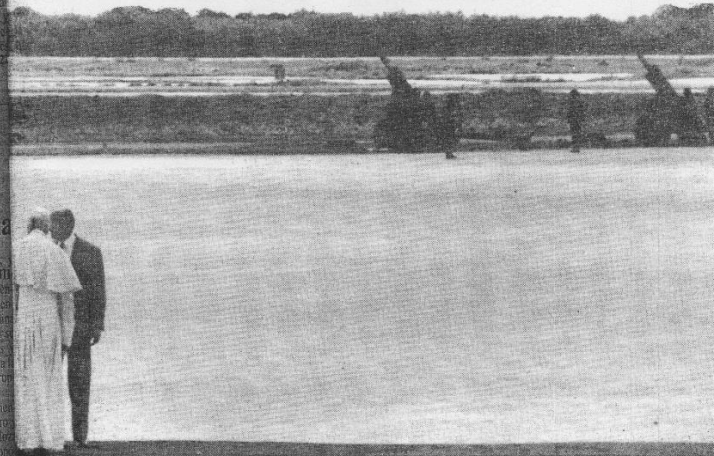
La Jornada

DIRECTOR GENERAL: CARLOS PAYAN VELVER ■ MEXICO, D.F. AÑO NUEVE ■ NUMERO 3206

Se reunió con los representantes de 537 etnias

Vida digna para el indio, clama el Papa

La Iglesia no puede dejarse arrebatar la bandera de la justicia, dijo □ "Ayúdanos a entender que tenemos derecho a ser distintos porque somos iguales", le pidió Primitivo Mam, en Izamal, a nombre de la etnia maya □ El desafío de hoy es suprimir los riesgos de la injusticia y el conflicto: CSG □ Ambos jefes de Estado hablaron en privado sobre el asesinato del cardenal Posadas □ Por la noche, Wojtyla celebró una misa para decenas de miles de fieles en Xoclán □ El Presidente lo invitó a volver a México ■ 3 a 8 y 11



Presente Carlos Salinas de Gortari y el papa Juan Pablo II, durante la ceremonia de bienvenida a este último en el aeropuerto de la ciudad de Mérida. Foto: Fabrizio León

La pretensión de EU y Canadá constituye un "punto de rompimiento"

Rechaza México ser demandado en sus tribunales

Constituye un atentado a la soberanía del país, afirma

Antonio Zúñiga M. y Roberto Posadas Vivar □ El gobierno mexicano rechaza las pretensiones de Estados Unidos, que rechaza absolutamente la posibilidad de poder demandarlo ante sus tribunales en disputas en el acuerdo medio ambiente "por constituir un atentado a su soberanía" y advirtió que el planteamiento "constituye de hecho un punto de rompimiento", revela un documento interno de los negociadores que fue clasificado como confidencial. ■ 42

■ Eduardo R. Huchim ■
TLC: ahora, el sistema judicial

La pretensión de Estados Unidos, apoyada por Canadá, de incluir en los acuerdos paralelos al TLC la posibilidad de que un gobierno extranjero o un organismo trinacional acuda a tribunales mexicanos para demandar incluso al gobierno mexicano, es congruente con las prácticas habituales ■ 45

■ Jueguen sus cartas o me voy de vacaciones: Kantor

David Brooks y Jim Cason, corresponsales, Nueva York, 11 de agosto □ Los titulares de Comercio de los tres países de América del Norte jugaron hoy una mano de póker. Autoridades canadienses declararon en privado que "había pocas posibilidades" de que su gobierno acepte sanciones comerciales como parte de acuerdos paralelos del Tratado de Libre Comercio. En México, el gobierno filtró un documento en el que manifestó su "absoluto rechazo" a propuestas que permitan a Canadá y ■ 42

HOY JUEVES 12 DE AGOSTO DE 1993

Pete Wilson sólo trata de conseguir votos, afirma *Los Angeles Times*

Página 13

México tuvo un superávit agropecuario de 300 mdd: Hank

□ La cifra se obtuvo durante el primer semestre de 93 □ Superó un déficit de tres años

Página 40

■ Mauricio Merino ■

El desconcierto electoral

Página 13

■ Miguel Concha ■

El Papa y los derechos indígenas

En el marco de la conmemoración del V Centenario de la Evangelización del Nuevo Mundo, Juan Pablo II ha reafirmado la dignidad y derechos de los pueblos indios, destacando sus derechos a la justicia y la identidad cultural. Su mensaje a los representantes indígenas pronunciado en Izamal, nos permite recordar que las ■ 9

■ Rodolfo F. Peña ■

En Izamal

Por primera vez desde las controvertibles reformas al artículo 130 constitucional, el presidente de México y el obispo de Roma se han reunido para dialogar como jefes de Estado. El segundo tiene esa calidad o rango, en efecto, aunque de manera peculiar. La pequeñísima Ciudad Vaticana, con una población que no da ni para la jerarquía ■ 5

NS 1.60

Primera plana en el periódico Reforma el 23 de enero de 1999



Primera plana en el periódico Reforma el 14 de febrero de 2016



Primera plana en el periódico El Universal el 13 de febrero de 2016



La Jornada

DIRECTORA GENERAL: CARMEN LIRA SAADE
DIRECTOR FUNDADOR: CARLOS PAYAN VELVER

DOMINGO 14 DE FEBRERO DE 2016
MÉXICO, DISTRITO FEDERAL • AÑO 32 • NÚMERO 11329 • www.jornada.unam.mx

10 PESOS

POR PRIMERA VEZ, UN PAPA EN EL CENTRO DEL PODER MEXICANO



El presidente Enrique Peña Nieto recibió ayer al papa Francisco en Palacio Nacional, luego de lo cual el jefe de Gobierno, Miguel Ángel Mancera, le entregó las llaves de la ciudad. Más tarde, el jerarca ofició misas en la Catedral Metropolitana y en la Basílica de Guadalupe. Según autoridades, un millón de mexicanos han atestado los recorridos del pontífice desde el viernes ■ Foto Carlos Ramos M.

■ Reclama al gobierno seguridad y justicia real en el país

Corrupción y crimen, por buscar el bien de unos pocos: Francisco

- El Estado laico protege la dignidad humana, dice Peña en Palacio Nacional
- Pide el pontífice a obispos no minimizar la amenaza del *narco* para jóvenes
- Ser transparentes, evitar habladurías y “pelearse como hombres”, les demanda
- Dios se acerca a los padres que perdieron a sus hijos por la violencia, afirma

Alertó la CNDH desde 2011 de ilegalidades en Topo Chico

■ Reos controlaban la seguridad y había sustancias prohibidas

AUMA E. MUÑOZ ■ 14

Emboscaron sicarios a grupo rival y matan a 13 en Sinaloa

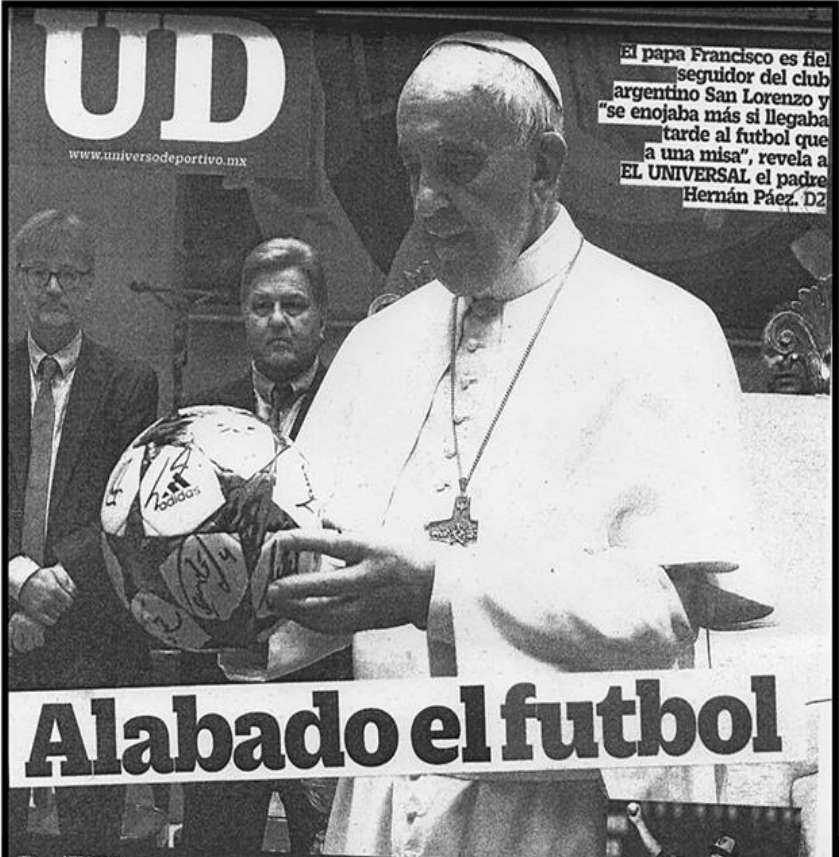
■ Abaten soldados a dos en Tamaulipas; hallan a cinco ejecutados en Guerrero

DE LA REDACCIÓN ■ 16

opinión

La Iglesia mexicana no necesita de príncipes

BERNARDO BARRANCO 7



El papa Francisco es fiel seguidor del club argentino San Lorenzo y "se enojaba más si llegaba tarde al fútbol que a una misa", revela a EL UNIVERSAL el padre Hernán Páez. D2

Alabado el fútbol

VERACRUZ VS AMÉRICA
19:30 horas
Estadio Luis Pirata Fuente
Canal 7

La mágica bola de nudillos de Gamboa D8



OCTAVIO CASTILLO
octavio.castillo@gmail.com

Desde hoy viernes y hasta el próximo miércoles 17 de febrero el Papa Francisco está de visita en México.

Aún faltan los profetas pero sí, el papaño representando de la Iglesia Católica Apostólica y Romana en la Ciudad de México, el Estado de México, Chiapas, Michoacán y Chihuahua.

Pero no solo en estas entidades se espera una gran emoción, también en las redes sociales, por lo que 7 miles de felices usuarios de un solo país celebran "la primera visita del Papa a Latinoamérica en 2013". Se trata de cinco estados abarcan a los diferentes estados de la República que visitará el Papa.

Para utilizar la red que tiene que hacer es escribir los hashtags #PapaenCD (Estado que va a visitar a Ciudad Juárez), #PapaenChi (para la Ciudad de México), #PapaenMéx (para México en general) o el Estado de México, #PapaenCD (Chiapas) y #PapaenMéx (Guerrero).

Quiérase hallar usando estas etiquetas podrán ver automáticamente los tweets recibidos de la visita del Papa en su ciudad y estarán a la vanguardia en todo de todo que pueden ser viral y compartidos por usuarios que están hablando del tema. ■

EN CONTEXTO

El Papa tiene más de 26 millones de seguidores en sus cuentas en redes sociales:

- @Pontifex (Twitter)
- @Pontifex_es (Facebook)
- @Pontifex_of (Instagram)