

Cómo citar este artículo / Referencia normalizada

L Cárcamo-Ulloa, D Calva Rosales, N Ronquillo Rodríguez, , F Nesbet Montecinos (2017): “México, en la prensa chilena: análisis basado en minería de datos textuales en Twitter”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, pp. 897 a 914.

<http://www.revistalatinacs.org/072paper/1199/49es.html>

DOI: [10.4185/RLCS-2017-1199](https://doi.org/10.4185/RLCS-2017-1199)

México, en la prensa chilena: análisis basado en minería de datos textuales en Twitter ^[01]

Mexico, in the Chilean press: analysis based on mining
of textual dates in Twitter

Luis Cárcamo-Ulloa [CV] Universidad Austral de Chile -lcarcamo@uach.cl

Delia Calva Rosales [CV] Benemérita Universidad Autónoma de Puebla – México -
calva.rosales.delia@gmail.com

Nayeli Ronquillo Rodríguez [CV] Benemérita Universidad Autónoma de Puebla – México - nallely
rodriguez@gmail.com

Felipe Nesbet Montecinos [CV] Universidad Austral de Chile - felipenesbet@gmail.com

Abstracts

[ES] Introducción: El presente artículo investiga 3.842 menciones referidas a México y los mexicanos en la prensa chilena (290 medios), basándose en sus titulares en un período comprendido entre el 15 marzo y el 15 de junio de 2016. **Metodología:** La colección de datos se extrajo desde las cuentas de los medios en la red social Twitter. **Objetivos:** El objetivo general del estudio es describir cuánto se habla y sobre qué temas en la prensa chilena sobre la nación mexicana, así como el impacto que esto puede generar en la construcción de la imagen intercultural. Para este trabajo se utilizó una metodología basada en minería de datos, a partir de un crawler (software automatizado que recolecta metódicamente datos textuales y frecuencias de emisión) que sigue a los medios de prensa chilenos y almacena sus titulares en un servidor. Posteriormente, con el apoyo de herramientas tales como Elasticsearch y Kibana, se pudo explorar los datos textuales contenidos en la base de datos. Con posterioridad al minado clasificamos los titulares en 10 frentes informativos. **Conclusiones:** Entre las conclusiones podemos señalar que existe una fuerte asociación de México a los acontecimientos deportivos, a los problemas de narcotráfico, violencia y sucesos protagonizados por artistas.

[EN] Introduction: The present article researches 3.842 mentions about Mexico and the Mexican people in the Chilean press (290 medias), based on their headlines on the period comprised from 15th March to 15th June of 2016. **Methodology:** The collection of dates had extracted from the accounts of the medias in the network Twitter. **Objectives:** The general purpose of this investigation is describing how much the Chilean press speaks about Mexico and which are the most recurring issues, thus the

impact that can generated in the construction of the intercultural image. For this work was used a methodology based on mining of dates, starting of a crawler (automatic software that collects in a systematic way textual dates), that follows of Chilean medias and accumulates its headlines in a server. Later, with the support of tools such as Elasticsearch and Kibana, it could explore the textual dates contents in the base of dates. Subsequently to the mining it classifies the headlines in 10 informative fronts. **Conclusions:** Among the conclusions it can note that exists a strong association of Mexico with the sports events, problem of drug trafficking, violence and events starring by artist.

Keywords

[ES] Tratamiento Informativo, Noticias, Minería de datos, México, Chile

[EN] informative treatment, news, mining of dates, Mexico, Chile.

Contents

[ES]1. Introducción. 2. Importancia de la imagen que la prensa da del otro. 3. Algunos estudios de prensa sobre el “otro” en México y Chile. 4. Aproximación metodológica: minería de datos, redes sociales e información. 5. Materiales y procedimientos. 5.1. El periodo analizado y la base de datos. 5.2. Los objetivos de la investigación. 5.3. Estrategias de análisis. 6. Resultados. 6.1. Panorama general: México en la prensa chilena. 6.2. Clasificación temática y cobertura noticiosa. 6.3. El enlace que vincula dos naciones: el futbol. 6.4. El nodo del miedo: judiciales y sucesos. 6.5. Los hits de las estrellas: entretenimiento. 7. Conclusiones. 7.1. Limitaciones y proyecciones

[EN] 1. Introduction. 2. Relevance of the image that the press gives of the another. 3. Some researches about “the another” in Mexico and Chile. 4. Methodological Approximation: mining of dates, social networks and information. 5. Materials and proceedings. 5.1. The analyse period and the base of dates. 5.2. The purpose of the investigation. 5.3. Strategies of analysis. 6. Results. 6.1. General Panorama: Mexico on the Chilean press. 6.2 Thematic Classification and coverage of news. 6.3. The connexion that links two nations: the football. 6.4. The node of fear: judicial issues and events. 6.5. The hits of the stars: the entertainment. 7. Conclusions. 7.1. Limitations and projections.

Traducción de **Mg. Felipe Nesbet Montecinos**

1. Introducción

Esta investigación parte de la premisa de que los Medios de Comunicación colaboran, a partir de las informaciones emitidas, en la construcción de la opinión pública. Por ejemplo, Sánchez y Lobos (2011) y Van Dijk (2006) resaltan el peso que tienen las élites simbólicas (políticos, periodistas y profesores) en la instalación del racismo como ideología. Es así, como las informaciones refuerzan prejuicios y generalizaciones sobre los ciudadanos de otros países, muchas veces por efecto de la globalización, sin mediar proximidad geográfica o cultural.

Elegimos el caso de México pues resulta bastante neutro como sujeto de estudio, observado desde Chile. La nación azteca es el país hispanoparlante más grande del mundo y el segundo más grande de Iberoamérica [02], por detrás de Brasil. A pesar que existen lazos históricos y culturales que vinculan a Chile y México, el hecho de no compartir una frontera común le da un cariz neutro [03]. Otro factor que incide en este aspecto es la inexistencia de una comunidad numéricamente significativa de mexicanos residentes en Chile o chilenos en el país azteca. Para efectos comparativos entre 2005 y 2014 arribaron 2.300 ciudadanos mexicanos a Chile, mientras en los últimos cinco años llegaron cerca de 19 mil colombianos, 15 mil argentinos y 6 mil ecuatorianos; incluso el número de españoles ha sido muy superior (*La Tercera*, 2015). La población chilena en México es de unas 5.300 personas, de acuerdo a datos de entes oficiales (Rodríguez y Cobo, 2012). [04]

En consecuencia, la relación de México en la prensa chilena se instala como una posibilidad en la que el tratamiento informativo debiera gozar de cierta neutralidad y amplitud que probablemente sea difícil de encontrar en las informaciones sobre países vecinos y/o con conflictos geopolíticos abiertos.

No obstante, desarrollar una investigación en medio de la hiperabundancia de información existente en el ciberespacio, que va creciendo exponencialmente día a día, reviste enormes complicaciones. En este contexto, la minería de datos es un área de investigación que se presta para el trabajo inter y multidisciplinar, ya que a partir de la extracción y procesamiento de datos que se encuentran libres en la web se pueden explorar y comprender fenómenos tan variados como la geolocalización, el aprendizaje mediado por tecnologías, los comportamientos sociales o el tratamiento periodístico de las informaciones. Es justamente en esta última arista en la que trabajaremos para revisar, particularmente, como la prensa chilena trata las informaciones que refieren a México, categorizar las temáticas más recurrentes, cuantificar frecuencias de aparición y observar ciclos informacionales. [05]

2. Importancia de la imagen que la prensa da del otro

La prensa, desde su irrupción hasta hoy en día se ha constituido como un instrumento de proyección de la sociedad, exponiendo discursos que ponen de manifiesto las “realidades” de los diferentes escenarios para la reflexión y construcción de la opinión pública. Los medios seleccionan las noticias que establecen como relevantes para las personas. Construyen una suerte de pauta o *agenda setting* (McCombs y Shaw, 1972, y Zuluaga y Romo, 2015). A nivel sociocognitivo podemos plantear que los medios de comunicación dan a los usuarios algo en que pensar, que, si bien no es determinante en la creación de los juicios o procesos reflexivos y complejos del individuo, sí pone, en la mente de las personas, un cimiento para la edificación del pensamiento.

La sociedad se encuentra expuesta a una infinidad de mensajes provenientes de los medios de comunicación y redes sociales. Debido a ello cabe preguntarse sobre la importancia de la calidad de información que se está asumiendo como verdadera. Aun dejando de lado la idea que la sociedad es una masa manipulable, es clara la influencia de los medios en la formación de la opinión pública. Van Dijk (2009), señala las tres élites simbólicas con mayor peso en el escenario de la adquisición de la opinión son: los profesores, políticos y periodistas, de ellos deriva casi mayoritariamente el acceso al discurso público. Al respecto, Browne y Pacheco (2011) -teniendo como base los planteamientos de Van Dijk- hacen énfasis en cómo estos medios de comunicación trazan ideologías que no son necesariamente objetivas ni críticas de la realidad. Más bien, benefician a ciertos grupos de elite, sesgando, marginando y ocultando a los “otros”. Los medios crean generalizaciones que se convierten en verdades universales y que son aceptadas por las audiencias sin pasar por un proceso analítico adecuado (Browne y Pacheco, 2011). Así, muchas veces sin conocer el contexto profundo de los hechos, las noticias emiten juicios que establecen la relevancia de lo que está pasando en un determinado momento y lugar, maximizando, disminuyendo o modificando por completo la imagen de la realidad. Siguiendo esta perspectiva analítica diversos autores han buscado conocer las causas por las que los medios prefieren publicar una noticia por sobre otra y/o la presencia de sesgos informativos. Saéz-Trumper, Castillo y Lalmas (2013) plantean que existen diversos tipos de sesgos:

- **El sesgo de selección:** Se genera cuando un medio selecciona una noticia por sobre otra.
- **El sesgo de cobertura:** Se refiere al espacio o al tiempo que le dedican a una nota en específico.

- **El sesgo de declaración:** Se da cuando en las notas se hacen comentarios a favor o en contra de algún personaje o una determinada situación.

En síntesis, se construye así un ejercicio permanente de violencia simbólica (Bourdieu y Passeron, 1998), en el que las elites dominantes utilizan su capacidad de persuadir hasta lograr que una idea sea asumida como verdadera y que el sujeto se adhiera a la concepción planteada de forma deliberada.

En el ámbito de la interculturalidad Browne, Silva y Baessolo (2010), hacen énfasis en cómo la información que dan los medios sobre “el otro” genera una imagen global que estereotipa y provoca actitudes que enjuician e incluso llegan a potenciar la discriminación. La importancia de los medios no solo radica en el poder de influencia que poseen, sino en cómo utilizan el discurso para referirse al “otro”.

Hoy en día, con la mayoría de los medios en redes sociales, las emisiones de la prensa logran un mayor alcance informativo, llegando a públicos juveniles y populares que no son “tradicionales” consumidores de prensa escrita. Además, la noticia no solo corre de los emisores mediáticos a los seguidores, sino que cuando es aceptada y de interés público, genera un proceso de contagio o de bola de nieve, que “se parece más a un mecanismo de transmisión de boca a boca” (Cárcamo, y Sáez, 2013, p. 5). En este contexto, muchas veces la información cobra mayor valor al ser compartido por alguien con quien se posee un vínculo en la red social.

3. Algunos estudios de prensa sobre el “otro” en México y Chile

El estudio de prensa sobre el “otro” no es algo nuevo, distintas tradiciones investigativas – tales como la comunicación social, la lingüística, la antropología o la psicología social – han realizado trabajos que analizan tanto medios informativos como otros fenómenos de interacciones comunicativas humanas complejas.

En cuanto a la construcción del “otro” en medios de comunicación se puede hacer mención a las investigaciones realizadas en Chile por Browne, Silva, y Baessolo, R. (2010) y Browne, Del Valle, Silva, Carvajal, e Inzulza (2011). El primero responde a un análisis sobre cuáles son las representaciones de los peruanos y bolivianos en la prensa chilena, y cómo éstas, construyen imágenes en los lectores que se proyectan en la creación de estereotipos y actitudes hacia dichas naciones. Mientras que el segundo artículo plantea una propuesta teórico-metodológica para realizar un análisis crítico y complejo de los discursos (ACCD) transmitidos por la prensa en Chile y Perú, tomando como caso de estudio, las publicaciones en los diarios *La Cuarta* (Chile) y *Ajá* (Perú), ambos enfocados en los sectores populares. En esta línea también cabe mencionar la investigación de Alberto Mayorga y Carla León (2007) del tratamiento en *La Tercera* y *El Mercurio*, los dos periódicos chilenos más influyentes, sobre el conflicto marítimo que este país sobrellevó con Perú.

Obviamente en México también se han realizado muchos trabajos que estudian la imagen de la prensa extranjera sobre su país. Por supuesto, en esta línea se le da mucha relevancia a la visión de la prensa estadounidense, dado su especial relación con la principal potencia mundial. Jorge Salgado (2009) reseña las investigaciones sobre el tema desde la década de 1980, en los que hay trabajos que analizan la línea editorial de algunos medios norteamericanos relevantes y la visión respecto al Tratado de Libre Comercio entre ambos países firmado en 1992 (un hecho de hondas repercusiones político-económicas para los dos países). En este contexto casi un clásico es la investigación de Juan Carlos Lozano (1988) sobre las imágenes de México en las revistas *Newsweek* y *Time* entre 1980 y 1986. También cabe mencionar el libro sobre de la imagen de México en la prensa española, que presentó José Ramón Santillán (2014).

4. Aproximación metodológica: minería de datos, redes sociales e información

Para el presente artículo el punto de análisis es describir cómo es la construcción de la imagen de México, a partir de las emisiones de noticias chilenas. Queremos saber cómo los medios chilenos están manejando información sobre la nación mexicana, cuáles son los temas de relevancia que definen el escenario mexicano, y qué tan importante es México para la prensa chilena. Finalmente queremos reflexionar sobre cuál debería ser el papel de los medios respecto del contexto de la interculturalidad. Los medios usan hoy las redes sociales como canal duplicador de sus esfuerzos informativos y particularmente la red social Twitter es usada en forma cotidiana por periódicos, radios y canales de televisión.

Normalmente toda la actividad de un usuario en la red deja registro en las bases de datos de los servidores web. En las redes sociales, los medios de comunicación participan desde cuentas con similares condiciones técnicas y construyen públicos destinatarios más reducidos que en sus versiones tradicionales de papel o televisión, pero igual de ávidos por consumir información. En este contexto, la ciencia de datos web o minería de datos aparece para extraer y comprender toda aquella información útil, producida por los usuarios. Las herramientas de minería de datos analizan esta ingente información y la convierten en conocimiento.

“La minería de datos es, esencialmente, un proceso conducido por un problema: la respuesta a una pregunta o la solución a un problema se busca analizando los datos disponibles. El análisis de los datos forma el núcleo de la minería de datos, pero el proceso completo abarca también temas tales como la definición del problema empresarial y el desarrollo de la solución para resolverlo” (González, 2007, p. 1).

En este sentido, el objetivo de la minería de datos es aprovechar la hiperabundancia de información. Por eso para el trabajo en esta técnica es muy relevante establecer términos de búsqueda concretos, puesto que en un océano de información es fácil desviar el sentido y perder de vista el objetivo inicial.

5 Materiales y procedimientos

El presente trabajo es de corte cuantitativo. En consecuencia, se trata de una exploración apoyada en minería de datos de prensa, basada en la red Twitter, haciendo un análisis exhaustivo de un período de tiempo determinado. Proponemos los que Baeza-Yates (2009) denomina minería de contenidos y en particular para este caso se trata de datos textuales.

El proceso de minado se hace mediante un crawler *ad hoc* [06] instalado en un servidor informático se sigue diariamente y minuto a minuto todas las informaciones que emiten 290 cuentas de Twitter de medios de prensa chilenos. La muestra incluye medios tradicionales y alternativos, televisivos, radiales y de prensa escrita que cumplen dos condiciones a) tienen una cuenta de twitter y b) emiten información al menos una vez por semana. Para mayor transparencia metodológica clasificaremos, siguiendo a López-García, Negreira-Rey, & Rodríguez-Vásquez, (2016). los medios en tres grandes grupos: Nacionales, Locales e Hiperlocal.

Nacionales: Medios que cubren hechos noticiosos preponderantemente de alcance nacional (Ejemplo, *Radio Cooperativa, La Tercera*).

Regionales o Locales: Medios que cubren hechos preponderantemente regionales o provinciales (Ejemplo: *La Estrella de Iquique*).

Hiperlocales: Medios que cubren hechos de proximidad y responden mayoritariamente a comunas pequeñas del país (Ejemplo: *La Voz de Paillaco*).

Tabla 1: Distribución de medios seguidos en este proyecto.

Cobertura periodística	Origen Medial				Total de medios
	Prensa Escrita	Radio	Tv	WEB	
Nacional	35	17	18	30	100
Regional	56	24	9	76	165
Hiperlocal	1	5	3	16	25
Totales	92	46	30	122	290

Fuente: www.migracionescomunicativas.cl

5.1 El periodo analizado y la base de datos

Los resultados finales producto de la investigación, que comprende un corpus de noticias entre el 15 de marzo al 15 de junio del 2016, han contribuido a plantear un panorama general acerca de la frecuencia con la que se habla de México y los mexicanos en la prensa chilena y cuál es el contexto en el que se le menciona.

El crawler recolectó en dicho periodo la cantidad de 726.621 noticias emitidas a través de 290 cuentas de twitter de medios chilenos. Sobre dicho corpus se seleccionarán los titulares que mencionan las palabras: “Mexico, México, Mexicano, Mexicanos, Mexicana, Mexicanas, Mejicana, y CDMX”. El corpus final exhaustivo que se obtiene es de 3.842 titulares. Cabe señalar que se exploraron otras posibilidades de menciones del país y los gentilicios con variantes que usen J en lugar de X, pero no se encontraron registros, salvo para el vocablo “mejicana”. Además, nos percatamos que la sigla CDMX [07] que se usa comúnmente en medios mexicanos se usó en 23 ocasiones en medios chilenos.

5.2 Los objetivos de la investigación

El objetivo general de la presente investigación es describir cuánto y sobre qué temas se habla en la prensa chilena cuando se menciona a México y/o los mexicanos. Los objetivos específicos serán:

- Obtener un valor proporcional que exprese el porcentaje de menciones respecto del total de noticias que se emiten y conocer la evolución en el tiempo de dichas menciones.
- Categorizar las noticias que hablan sobre México y/o los mexicanos en macrotemas o frentes informativos tradicionales y observar tendencias desde allí.
- Identificar temas específicos que son abordados en las categorías más recurrentes.

5.3 Estrategias de análisis

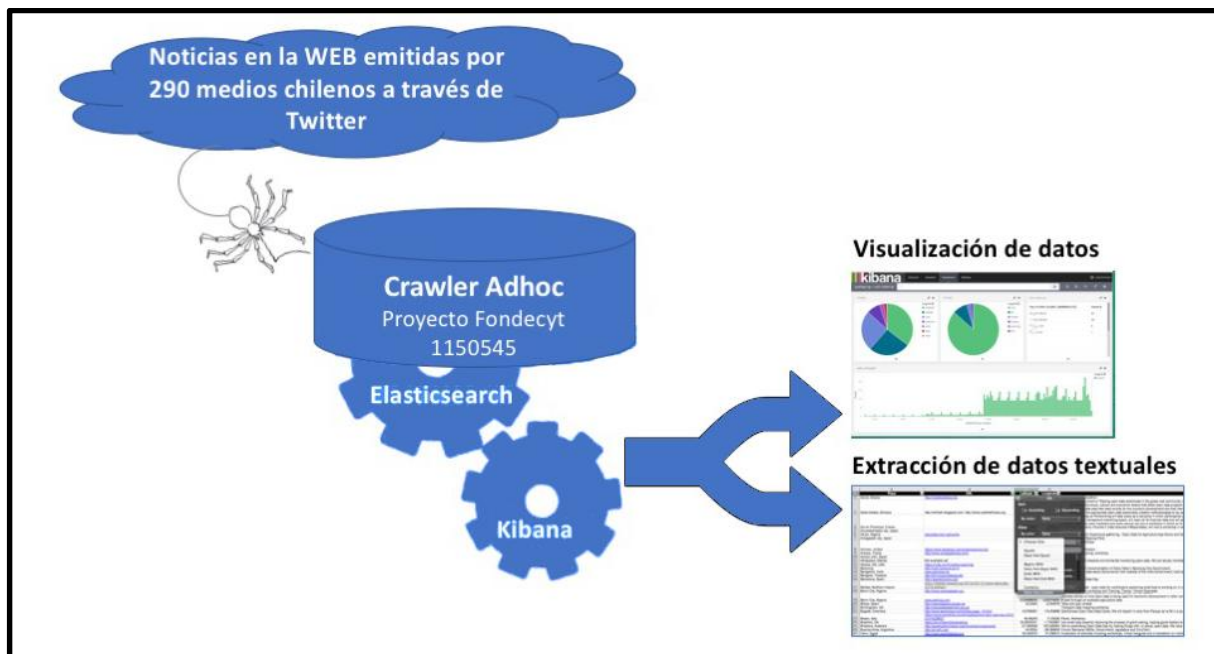
Dado que la extracción desde Twitter arrojó un corpus manejable que podía ser analizado manualmente se procedió a realizar dos tipos de análisis

Análisis estadístico-descriptivo asistido por tecnologías web. A través de visualizaciones de datos obtenidas gracias a las herramientas: ElasticSearch y Kibana (aplicaciones asociadas al crawler del proyecto) se obtuvieron a) histogramas que dan cuenta de la evolución temporal de los vocablos en el corpus de análisis y b) gráficos de composición que permiten identificar cuáles son los medios y en qué porcentaje usan las palabras buscadas.

Análisis de contenidos mediado por arbitraje de jueces. Dos jueces expertos, periodistas y estudiantes de magíster en comunicación clasificaron los titulares en 10 categorías temáticas: accidentes, deportes, ecología, economía, entretenimiento, judicial, política, salud, sociedad y tecnología. siguiendo como modelo la clasificación establecida por Vernier, Cárcamo y Scheihing, (2016). Además, al interior de cada categoría se identificaron temas recurrentes en cada subgrupo. Los resultados de estos arbitrajes también se contabilizaron y expresaron en gráficos de composición.

La figura N°1 muestra el proceso de extracción de datos masivos utilizado para la presente investigación. La compilación Elasticsearch [08] + Kibana [09] es una herramienta ideal para la suma de logs (registros), análisis y visualización de datos masivos minados desde Internet.

Figura N° 1: Diagrama de extracción y procesamiento de datos



Las herramientas utilizadas permiten un trabajo informatizado y exhaustivo que resultaría muy difícil de realizar manualmente: revisar 726.621 titulares en 290 medios prensa para seleccionar un corpus sería una tarea titánica.

6 Resultados

La cantidad de resultados estadísticos derivados del proceso investigativo es vastísima. Por ello a continuación, presentamos los que consideramos son más relevantes para abordar nuestros objetivos de investigación. En primer lugar, analizaremos la representación de noticias sobre México y/o los mexicanos en los titulares chilenos y observaremos esos volúmenes en comparación a otros países iberoamericanos. En segundo lugar, abordaremos los macrotemas o frentes informativos y sus representaciones en el total del corpus. Finalmente, buscamos ejemplificar con temáticas específicas que determinan las noticias de los macrotemas o frentes informativos que se encuentran más representados en el corpus.

6.1 Panorama general: México en la prensa chilena

Las 3.842 menciones que hablan de México o las y los mexicanos, representan el 0,5% del total de noticias almacenadas por el crawler. Este porcentaje parece bajo, pero resulta interesante observar que el mismo ejercicio hecho sobre Bolivia y las y los bolivianos representan un 0,6% del total, apenas superior al de México, pese a que la nación altiplánica comparte la frontera Norte, y mantiene un litigio fronterizo con Chile. La tabla N°2 compara la frecuencia de aparición sobre países y gentilicios equivalentes haciendo el mismo ejercicio de búsqueda.

Tabla N° 2: Comparativa casuística entre 9 países iberoamericanos.

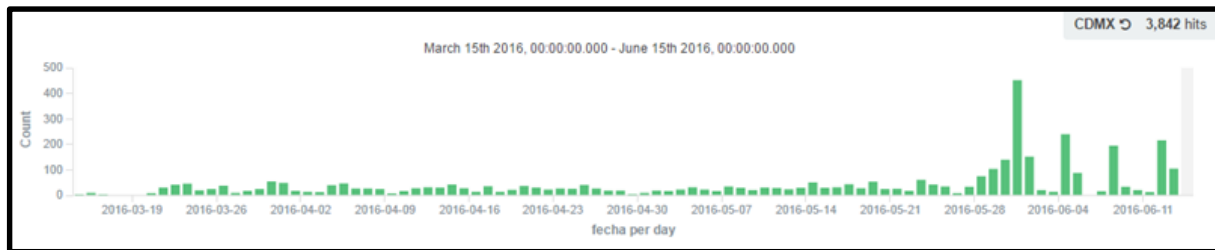
País	Menciones	%
Perú	10254	1,4%
Argentina	8938	1,2%
Brasil	5998	0,8%
Bolivia	4648	0,6%
México	3842	0,5%
Colombia	2780	0,4%
Ecuador	2688	0,4%
Uruguay	2579	0,4%

Fuente propia

Evidentemente, el uso del nombre propio de un país y los gentilicios utilizados no son la única forma en que la prensa se refiere a los ciudadanos de la nación mexicana. Así, por ejemplo, se rastreó que en el mismo periodo se mencionó 8 veces a Enrique Peña Nieto, presidente de México, y 118 veces al “Chapo Guzmán”, líder del Cartel de Sinaloa (principal organización narcotraficante del mundo), sin mencionar sus nacionalidades en los titulares de prensa.

En términos globales, el promedio de menciones de México en las cuentas de twitter de las noticias chilenas alcanzaría a las 20 diarias. Sin embargo, esta distribución no es uniforme, pues como se aprecia en el Gráfico N°1 se produce una explosión de menciones hacia el final del período estudiado.

Gráfico N° 1: Histograma General de la Menciones sobre México



Fuente propia

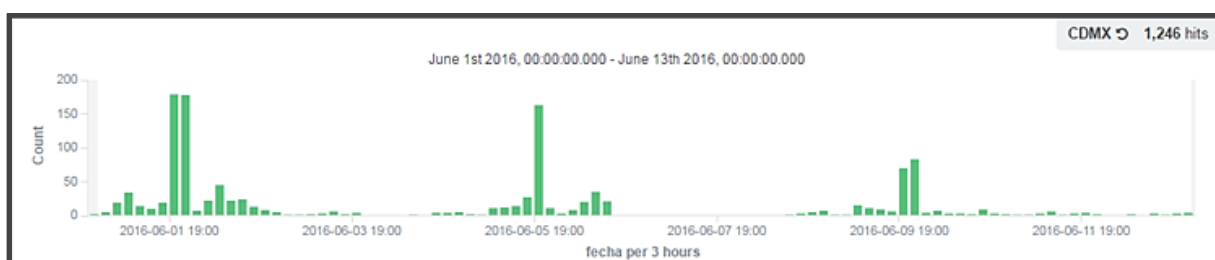
Es posible observar que se mantiene una frecuencia constante en el número de menciones, sin embargo, en el mes de junio se aprecia una modificación considerable de actividad. El incremento ocurrió durante los días 1 de junio con 458 emisiones, 5 de junio con 241 menciones, 9 de junio con 196 menciones y 13 de junio con 220 menciones. El motivo responde al partido amistoso de preparación para la Copa Centenario, que disputaron las selecciones chilenas y mexicanas en San Diego, Estados Unidos. Durante esos días se realizó un seguimiento preciso sobre la actividad previa, durante y posterior al encuentro. Sumando un total de 1.246 menciones en solo 4 días (ver Gráfico N° 2). Es importante resaltar que mucha de la información que se analizó era repetida, algunos medios copiaban la noticia de otros. Así mismo, nos percatamos que durante el encuentro algunas cuentas, hacían menciones casi a cada minuto acerca de lo que acontecía dentro de la cancha.

Tabla N° 3: Tipos de medios según cobertura y menciones

TIPOLOGÍA	MEDIOS	MENCIONES	%
Nacional	65	3354	87
Regional	50	433	11
Hiperlocal	24	55	1
Totales	139	3842	100

La tabla N° 3 da cuenta que son los medios de cobertura nacional son los que hablan mayormente de México y los mexicanos con un 87%, seguido de los medios regionales con un 11% y los medios hiperlocales representan solo el 1% de las menciones. Otra observación general es que de los 290 medios seguidos por el crawler, 139 mencionan a México o a los y las mexicanas de alguna forma en sus titulares

Gráfico N° 2: Histograma específico frente al hito deportivo Chile vs México

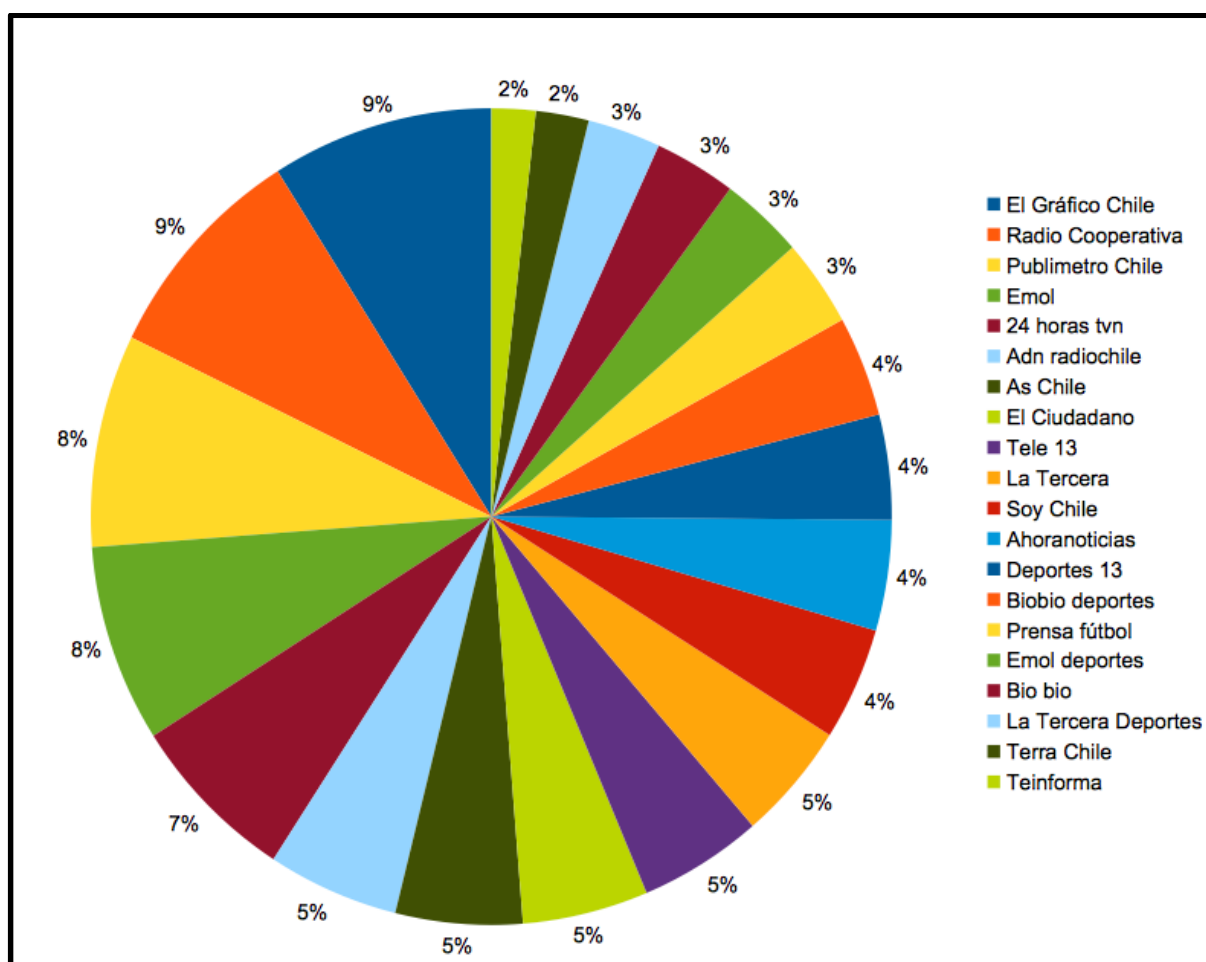


Fuente propia

Con respecto a los medios de comunicación que más hablaron de México se detectaron que 142 cuentas de medios chilenos en Twitter hablaron al menos una vez sobre este país en el período analizado. De

ellos 20 lo hicieron con regularidad y superaron las 50 menciones en seis meses. Algunos de estos se vinculan a cadenas internacionales, motivo por el cual se infiere que la cobertura de notas mexicanas obedece al alcance global de estos medios. Resulta interesante hacer mención que dentro de estos medios se encontraron algunos que solo se dedican al deporte, este dato refuerza lo comentado anteriormente respecto a la importancia del tema. Sin embargo, no solo se han encontrado registros de medios escritos, otros medios que mencionan continuamente al país azteca son radiodifusoras, así como grupos televisivos chilenos. La siguiente gráfica muestra la distribución de los medios de comunicación que más han hablado de México.

Gráfico N° 3: Medios que dieron mayores coberturas a noticias sobre México



Fuente propia

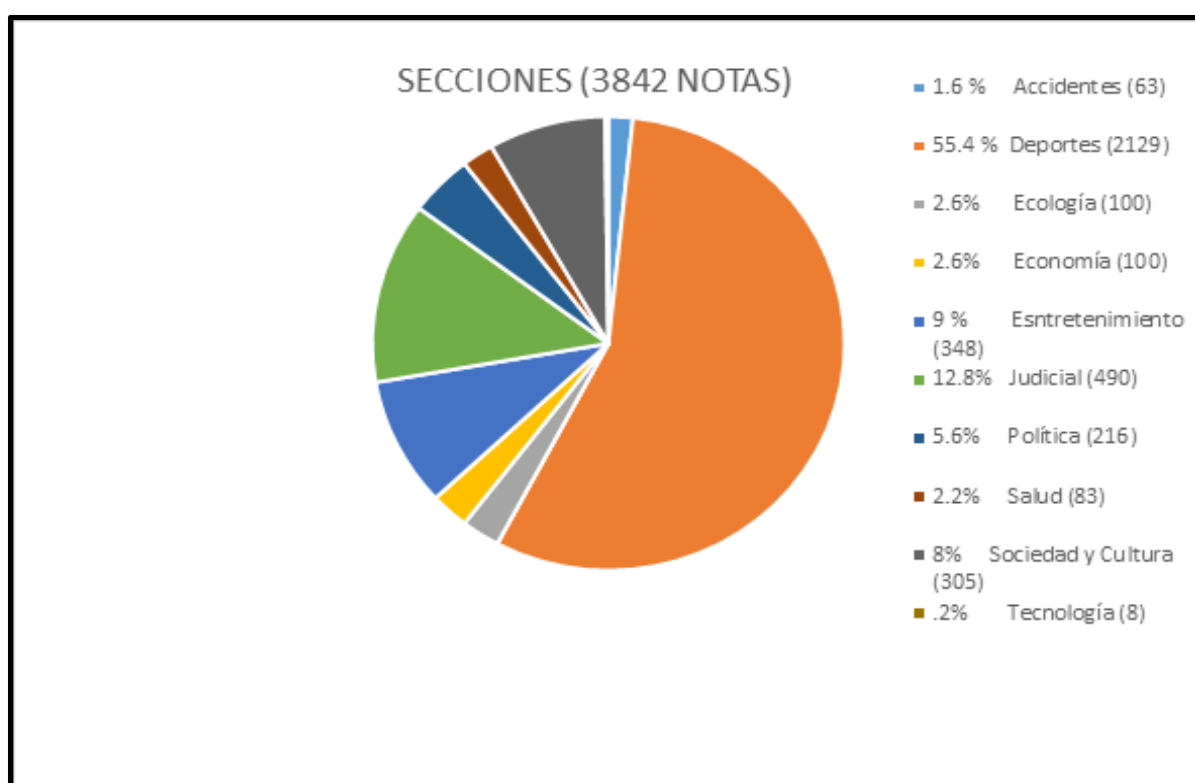
El gráfico N° 3 muestra que 7 medios son responsables del 50% de la cobertura, mientras que otros 13 medios completan el otro 50%. El gráfico da cuenta de una concentración baja, dado que no hay solo medio que concentre gran cantidad de información. En sus titulares se observa una distribución bastante equitativa, en la que participan medios tradicionales chilenos de prensa escrita, por ejemplo, *El Mercurio On Line* 8%, radioemisoras como *Cooperativa* con un 9% y televisiones como *24 horas TVN* (Canal de Noticias de Televisión Nacional de Chile) 7%. El peso de la prensa deportiva es evidente también ya que *El Gráfico Chile* concentra el (9%), *As Chile* (5%), *Emol Deportes* (3%) y *Bio Bio Deportes* (4%).

6.2 Clasificación temática y cobertura noticiosa

Las noticias fueron clasificadas por áreas temáticas, siguiendo la propuesta de Cárcamo, Vernier y Scheihing (2016), segmentados en diez categorías: accidentes, deportes, ecología, economía, entretenimiento, judicial, política, salud, sociedad y tecnología.

La distribución presentada en el Gráfico N° 4 sirvió para identificar cuáles son los temas de interés abordados por los medios chilenos en twitter, observando de este modo que la mayor cobertura correspondía a “deportes” con 2,129 notas, lo que representa un 55.4% del total de las menciones en las noticias, seguida por “judicial” con 490 notas, equivalentes al 12.8%. Los temas restantes tuvieron participaciones menores al 10%, siendo “tecnología” con 8 notas la categoría con menor incidencia.

Gráfico N° 4: Macrotemas o frentes informativos



Fuente propia

En síntesis, el gráfico permite observar que deportes (55,4%), judiciales (12,8%) y entretenimiento (9%) son los principales macrotemas que la prensa chilena menciona sobre México. Como segunda etapa, se analizaron los temas principales por cada categoría.

6.3 El enlace que vincula dos naciones: el fútbol

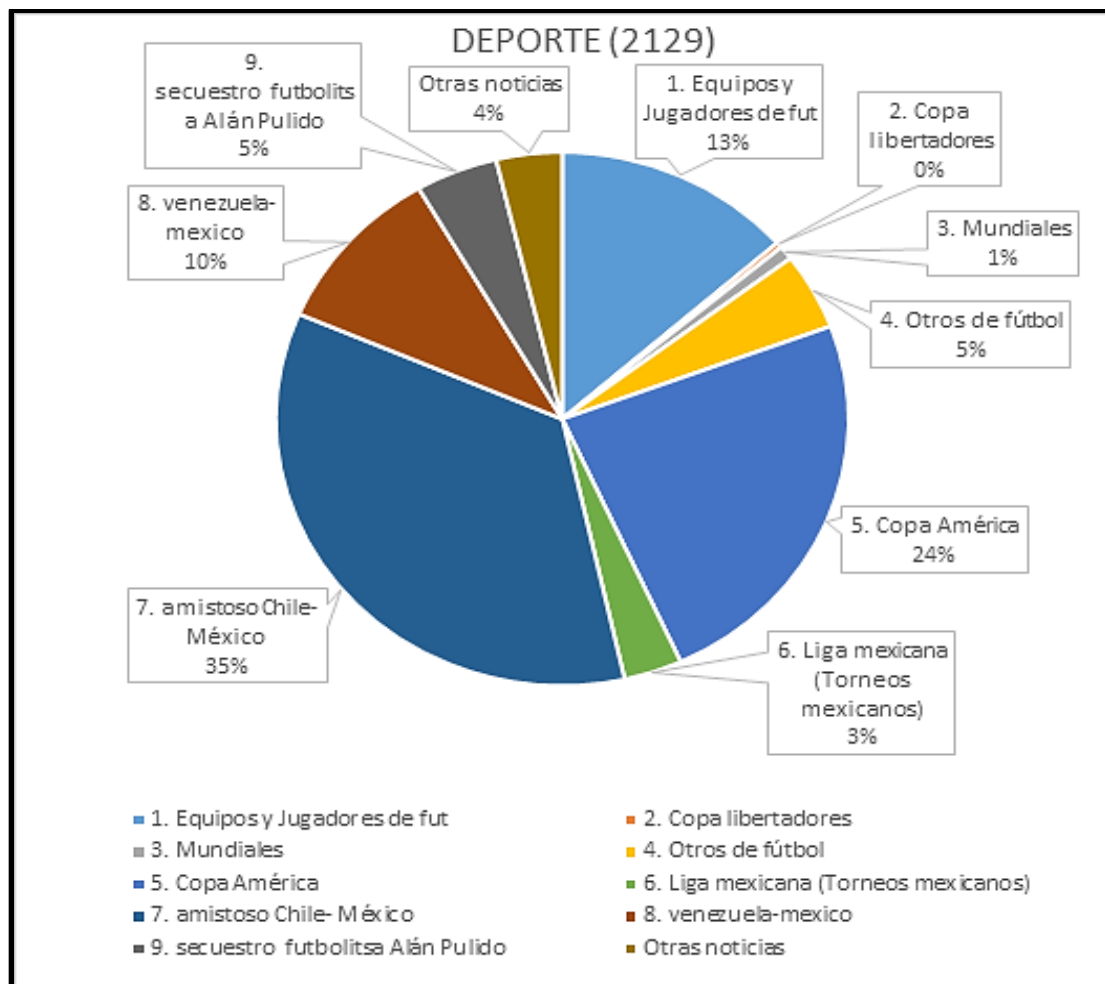
No es necesario explayarse en el inmenso interés que concita el fútbol en la sociedad contemporánea occidental (exceptuando algunos casos como Estados Unidos, Canadá, Venezuela y Cuba; a pesar que en todos estos países el interés por el balompié ha ido *in crescendo*), lo que tiene su correlato en la amplia atención mediática hacia esta disciplina. Por eso no es de extrañar que el macrotema deportes aborda casi en su totalidad eventos futbolísticos (por ejemplo: “*México clasifica a cuartos de final tras vencer a Jamaica y de paso elimina a Uruguay*”. *Agricultura FM*, Junio, 2016). Solamente 79 notas (correspondientes al 4%) aludieron a otras disciplinas como boxeo, basquetbol, ciclismo, entre otras

(por ejemplo: “*Corredor mexicano habría fallecido por hipotermia durante prueba extrema*”, *La Prensa Austral*, Abril, 2016).

En este contexto, la principal cobertura estaba dada en función del partido amistoso entre México y Chile del 1° de junio de 2016, del que se derivaron notas los días subsecuentes. Otro tema con una alta participación, que está estrechamente relacionado con el primero fueron las noticias que hacían alusión a la Copa América, obteniendo ambos un 77% del total de las menciones (ver gráfico N° 5).

Es llamativo el 5% de menciones al secuestro de futbolista Alan Pulido, un hecho que también podría estar dentro del siguiente ítem analizado: judiciales y sucesos.

Gráfico N° 5: Macrotema deportes

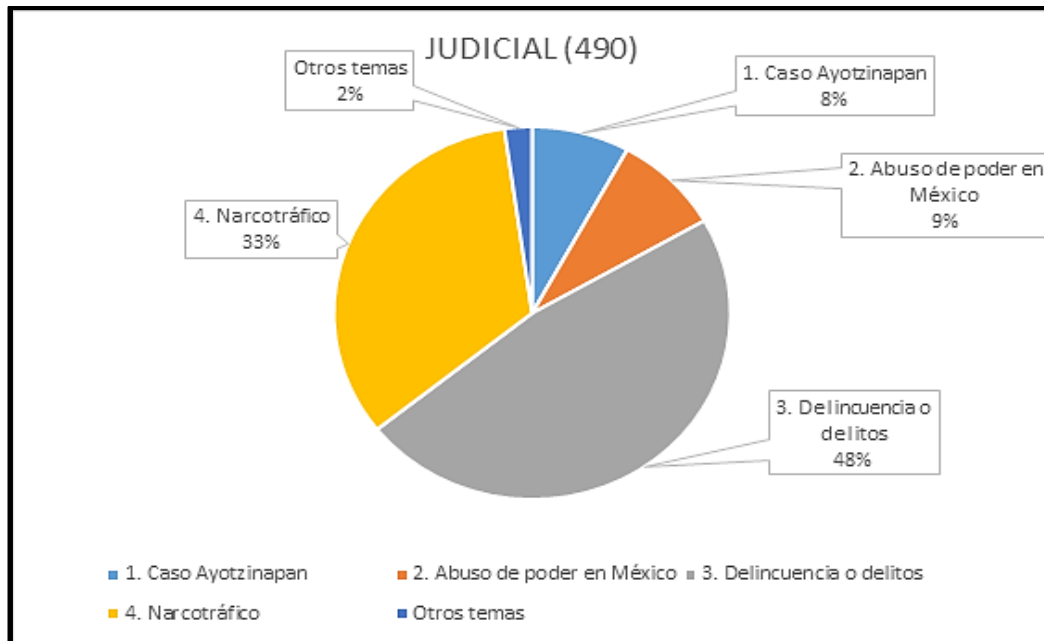


Fuente propia

6.4 El nodo del miedo: Judiciales y sucesos

En cuanto al macrotema judiciales y sucesos (gráfico N° 6), la mayor cobertura correspondía al tópico delincuencia y delitos con 233 notas equivalentes al 48% del total de las menciones (por ejemplo: “*Asesinan a cinco personas y los queman con bombas molotov en México*” *Emol*, Abril, 2016), seguido por el narcotráfico con 164 noticias que equivalen al 33% (por ejemplo: “*Descubren el túnel narco más largo de la historia entre Estados Unidos y México*” *MQLTV*, Abril, 2016). Haciendo claro que la mayor incidencia noticiosa, está vinculada con la violencia, la represión interna y el narcotráfico.

Gráfico N° 6: Macrotema judiciales y sucesos

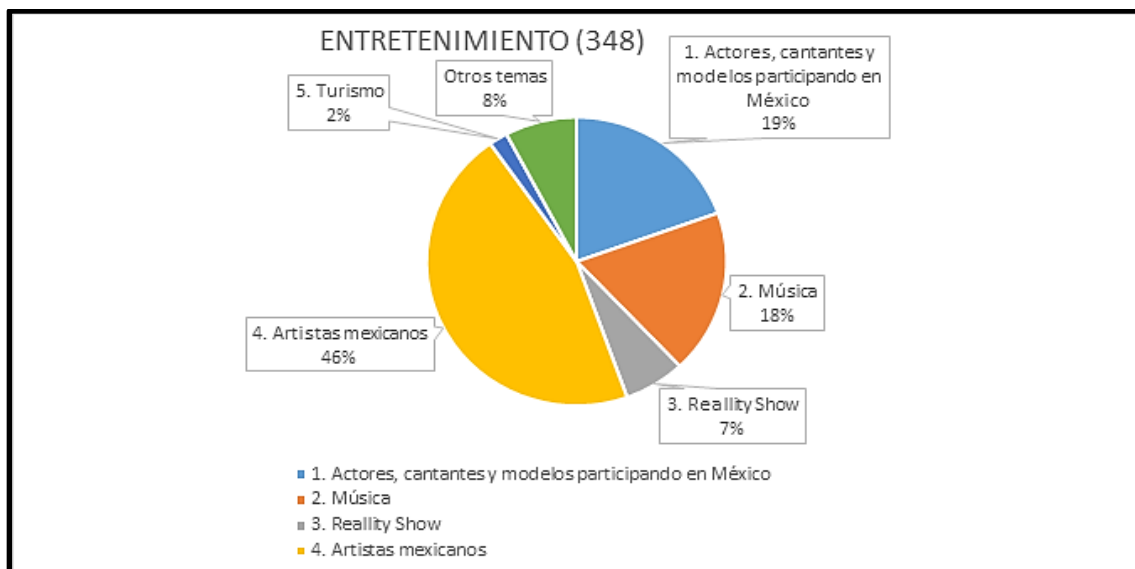


Fuente propia

6.5 Los hits de las estrellas: entretenimiento

México, al ser la nación hispanoparlante más grande del mundo, cuenta con la principal industria cultural de Iberoamérica, con una de las mayores televisoras del mundo (Televisa). [10] Por eso, son variados los músicos mexicanos que han alcanzado gran fama en todo el continente; sin olvidar que la música ranchera cuenta con una enorme popularidad en los sectores rurales chilenos. Por ende, casi todos los años hay un representante de este país en el show del Festival de Viña del Mar, principal certamen musical chileno, famoso en toda Sudamérica, que, históricamente, ha sido el trampolín para el reconocimiento en esta parte del mundo de muchos artistas aztecas.

Gráfico N° 7: Macrotema entretenimiento



Fuente propia

Por eso, en el macrotema entretenimiento (Gráfico N° 7). se destacaron las noticias que se encontraban relacionadas, específicamente con la participación de artistas mexicanos destacados (por ejemplo: “Prensa mexicana asegura que Luis Miguel está perdiendo la audición”, *Emol*, marzo, 2016), con 159 noticias correspondientes a un 46% del total. Seguido por notas sobre actores, cantantes y modelos internacionales que visitaban México correspondientes al 19% (por ejemplo: “Jessica Simpson vence al sobrepeso y reaparece con deslumbrante figura en México”, *Página 7 Chile*, Abril, 2016).

7 Conclusiones

En términos globales se observó un valor proporcionalmente bajo de titulares que hablaban directamente sobre México: 3842 noticias que equivalen al 0,6% del total de noticias emitidas por los 290 medios seguidos. Se trata de una cantidad promedio cercana a las menciones que se hacen de otros países iberoamericanos (ver tabla N°1). También, resulta importante mencionar que son los grandes medios nacionales los que mencionan a México y los mexicanos. Los medios de proximidad o hiperlocales no participan significativamente de las menciones buscadas y analizadas para esta investigación, apenas un 1% (Tabla N° 3). En buena medida esta es una conclusión lógica, ya que este grupo de medios centra su agenda en sus territorios de influencia geográfica. Evidentemente, en nuestro caso de estudio el número de noticias habría sido menor si en el periodo analizado no se hubiesen disputado un partido de fútbol amistoso entre los seleccionados de Chile y México. Esto permite reflexionar sobre el peso del fútbol en la cultura informativa chilena, lo que puede ser una constante sin que necesariamente se trate de una final o un partido clave.

Al categorizar las noticias que hablan sobre México y/o los mexicanos obtuvimos que los tres macrotemas más relevantes son deportes (entre los cuales el fútbol tiene una preponderancia del 96%), judiciales y entretenimiento. Dichas categorías suman un 77,2% de la torta informativa. Al analizar esa cifra cabe plantearnos lo poco que hablan los medios chilenos sobre sociedad y cultura, economía, ecología y política mexicana. Un buen ejemplo, es la búsqueda del término UNAM, sigla de la Universidad Nacional Autónoma de México, reconocida como uno de los centros académicos más importantes de Iberoamérica. Esta casa de estudios solamente contó con 10 menciones: 4 están relacionadas a su equipo de fútbol y 6 titulares se relacionan a temas académicos. A modo de ejercicio exploratorio, y para evaluar si la razón de la escasa cobertura de sociedad y cultura se debía a la constricción temporal impuesta para este estudio, buscamos menciones a personajes relevantes y actuales de la cultura mexicana como Juan Villoro y Héctor Aguilar Camín, dos conocidas figuras de la literatura hispana, y a Gabriel Orozco, tal vez el pintor iberoamericano más reputado. Para encontrar menciones sobre estos intelectuales es necesario escalar la búsqueda a un año completo y aun así los resultados serían residuales: Villoro 6 menciones, Aguilar Camín, 2 titulares menciones y el pintor Gabriel Orozco no es mencionado. [11] Lo anterior nos lleva a pensar cómo la prensa colabora para construir la imagen del otro a partir de informaciones que tienen que ver poco con los valores culturales de una nación.

Con todo, podemos concluir que la prensa chilena en Twitter construye una agenda de informaciones sesgada sobre los mexicanos y su cultura. Evidentemente, esto contribuye a la formación de una imagen parcial de “el otro”, basada en la sobreexposición de hechos puntuales y a la repetición constante de macrotemas. Es importante resaltar que estas noticias son en diversos casos el único acercamiento hacia el contexto mexicano y que su asimilación puede verse reflejada en distintas conductas presentes en las interacciones. Por ende, hacemos énfasis en la responsabilidad que tienen los medios de comunicación sobre qué y cómo se refieren a los distintos escenarios mundiales.

7.1 Limitaciones y proyecciones

El estudio se limita al análisis de titulares que directamente aluden a México, si bien esto permite hacer un foco directo y exhaustivo desde la minería de datos textuales obviamente no comprende menciones residuales que pudieran hacerse sobre México en cuerpos textuales de noticias o reportajes que no se titulen con las palabras: “México” o “mexicanos”.

Entre las proyecciones sería interesante continuar investigaciones comparativas siguiendo a un grupo de medios mexicanos o también comparar si el trato con otras nacionalidades iberoamericanas en la prensa chilena se parece a los resultados obtenidos en esta investigación. Otra posibilidad interesante sería ser si un grupo de medios mexicanos hace un trato equivalente sobre Chile y los chilenos. Todas estas posibilidades resultan hoy una posibilidad real gracias a las estrategias de minería de datos textuales y la web y las redes sociales.

- El presente artículo se basa en los aportes del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt - México) y la Comisión Nacional de Ciencia y Tecnología (Conicyt – Chile). El organismo chileno La Comisión Nacional de Ciencia y Tecnología de Chile financió el proyecto del Fondo Nacional del Desarrollo Científico y Tecnológico (Fondecyt N° 1150545), titulado: “Redes Sociales y Medios de Comunicación: Modelo de análisis basado en minería de datos para la comprensión del ecosistema informativo chileno en internet y la educomunicación ciudadana en la red”. Dicha investigación, dirigida por el Dr. Luis Cárcamo y asistida por el Mg. Felipe Nesbet, quien aporta las tecnologías para la recolección, análisis y visualización del corpus trabajado en este artículo. El Conacyt mexicano otorga becas de intercambio académico de las estudiantes de posgrado Delia Calva y Nayeli Ronquillo en la Universidad Austral de Chile, quienes recopilaron los datos para analizar México desde la prensa chilena.

Notas

01 El presente artículo se basa en los aportes del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt - México) y la Comisión Nacional de Ciencia y Tecnología (Conicyt – Chile). El organismo chileno La Comisión Nacional de Ciencia y Tecnología de Chile financió el proyecto del Fondo Nacional del Desarrollo Científico y Tecnológico (Fondecyt N° 1150545), titulado: “Redes Sociales y Medios de Comunicación: Modelo de análisis basado en minería de datos para la comprensión del ecosistema informativo chileno en internet y la educomunicación ciudadana en la red”. Dicha investigación, dirigida por el Dr. Luis Cárcamo y asistida por el Mg. Felipe Nesbet, quien aporta las tecnologías para la recolección, análisis y visualización del corpus trabajado en este artículo. Por su parte el Conacyt mexicano otorga becas de intercambio académico de las estudiantes de posgrado Delia Calva y Nayeli Ronquillo en la Universidad Austral de Chile, quienes recopilaron los datos para analizar a México desde la prensa chilena.

02 Siguiendo lo planteado por Alain Rouquie, sobre el uso del término América Latina, que, generalmente, no incluye a las poblaciones francófonas de Estados Unidos, Canadá y El Caribe, este trabajo opta por usar el concepto de “Iberoamérica”, que es más preciso para referirse a las comunidades hispano y lusoparlantes.

03 El 2014 se dilucidó el último conflicto limítrofe con Perú, y actualmente Chile tiene una disputa con Bolivia en el Tribunal Internacional de La Haya. En esa línea destacan los estudios de Browne,

Silva y Baessolo (2010) y Browne, Del Valle, Silva, Carvajal e Inzunza (2011) que relacionan las informaciones de los medios tradicionales de Chile, Perú y Bolivia.

04 Durante la dictadura militar chilena (1973 – 1990) miles de exiliados políticos encontraron refugio en el país azteca, encabezados por la propia viuda del presidente Salvador Allende, Ortensia Bussi. Esta comunidad realizó un importantísimo aporte al desarrollo cultural del país azteca.

05 Dado que la minería de datos opera en enormes se hace la analogía con la minería, por eso se usan términos propios de este léxico, tales como: “extracción”, “minado” y “yacimientos”.

06 Tecnología programada en el marco del proyecto Fondecyt N° 1150545 “Redes Sociales y Medios de Comunicación: Modelo de análisis basado en minería de datos para la comprensión del ecosistema informativo chileno en internet y la educomunicación ciudadana en la red”. Mayor información en www.migracionescomunicativas.cl

07 Esta sigla, que significa Ciudad de México, se relaciona con la reforma política de 2016, que cambia el antiguo Distrito Federal en una nueva entidad federativa de la República Mexicana.

08 Dirección electrónica de la herramienta utilizada: <https://www.elastic.co/products/elasticsearch>

09 Dirección electrónica de la herramienta utilizada: <https://www.elastic.co/products/kibana>

10 Han sido muchos los artistas chilenos que se han radicado en México para internacionalizar su carrera. Comenzando por los “Ángeles Negros” en los años 70’, más tarde los grupos de rock “La Ley” y “Los Bunkers”; durante la elaboración de este estudio se fue haciendo conocida la cantante Mon Laferte, chilena radicada en el país azteca. Igualmente cabe mencionar al animador televisivo Rafael Araneda. Por otro lado, el escritor Roberto Bolaño desarrolló su carrera en el país azteca.

11 La excepción fue Frida Kahlo que contó con 12 menciones, debido al record que logró una subasta de uno de sus cuadros, que superó al también mexicano Diego Rivera.

Bibliografía

R Baeza-Yates (2009): “Tendencias en minería de datos de la Web”. *El profesional de la información*, 1, recuperado en https://www.researchgate.net/publication/250197416_Tendencias_en_mineria_de_datos_de_la_Web ISSN: 1386-6710

P Bourdieu y J Passeron (1998): *La reproducción: elementos para una teoría de la enseñanza*. México: Fontamara.

R Browne y C Pacheco (2011): “Informar al otro, una mirada desde el periodismo intercultural”. *Cuadernos de información*, 29. Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile, páginas 133 a 140; recuperado de: <http://cuadernos.info/index.php/CDI/article/viewFile/243/236> ISSN: 0716- 162X

R Browne, V Silva y R Baessolo (2010): “Periodismo intercultural: Representación peruana y boliviana en la prensa chilena”. *Comunicar*, 35. España, páginas 85 a 93; recuperado de: <https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=35&articulo=35-2010-11> ISSN: 1134-3478

R Browne, C del Valle, V Silva, J Carvajal y A Inzulza (2011): “Propuesta teórico-metodológica para un análisis crítico y complejo del discurso (ACCD) en la prensa de Chile y Perú. El ejemplo de La Cuarta y Ajá”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 17. España: Universidad de Complutense, páginas 17 a 42; recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3731099> ISSN-e: 1134-1629

La Tercera (2015): “Número de inmigrantes en Chile llegaría a un millón en ocho años”. Recuperado de <http://www.latercera.com/noticia/numero-de-inmigrantes-en-chile-llegaria-a-un-millon-en-ocho-anos/>

X López-García, MC Negreira-Rey y AI Rodríguez-Vásquez (2016): “Cibermedios hiperlocales ibéricos: El nacimiento de una nueva red de proximidad. *Cuadernos de información*, 39. Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile, páginas 225 a 240.

JC Lozano (1988): “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*, 7. México: Universidad de Guadalajara, páginas 77 a 102; recuperado de http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/pperiod/comsoc/pdf/7_1989/77-102.pdf

M McCombs y D Shaw (1972): “The Agenda-Setting Function of Mass Media”. *The Public Opinion Quarterly*, 2. Estados Unidos: American Association for Public Citation Reports, páginas 176 – 187; recuperado de https://www.unc.edu/~fbaum/teaching/PLSC541_Fall06/McCombs%20and%20Shaw%20POQ%201972.pdf

A Mayorga y C León (2007): “El malvado siempre es el otro: Perú y su construcción discursiva en la prensa chilena”. *Universum*, 22. Chile: Universidad de Talca, páginas 164 a 176; Recuperado de http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-23762007000200011&script=sci_arttext&tlng=pt ISSN 0718-2376

E Pariser (2011): *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. Gran Bretaña: Penguin.

E Rodríguez y S Cobo (2012): *Extranjeros residentes en México: una aproximación cuantitativa con base en los registros administrativos del INM*. México: Centro de Estudios Migratorios; recuperado en http://www.politicamigratoria.gob.mx/work/models/SEGOB/CEM/PDF/Estadisticas/Poblacion_Extranjera/ExtranjerosResMex.pdf

D Saez-Trumper, C Castillo y M Lalmas (2013). “Social media news communities: gatekeeping, coverage, and statement bias”. *Proceedings of the 22nd ACM international conference on Conference on information & knowledge management*. Gran Bretaña: Universidad de Glasgow, recuperado en http://www.dcs.gla.ac.uk/~mounia/Papers/cikmSM_app.pdf

J Salgado (2009). “Estudio sobre la relación México-Estados Unidos, en la prensa de élite estadounidense: narcotráfico en textos noticiosos del New York Times 1997. Tesis para optar al grado de Maestro en Comunicación. México: Universidad Iberoamericana, recuperado de <http://www.bib.uia.mx/tesis/pdf/015137/015137.pdf>

L Sánchez y L Lobo (2011): “Zara: Valentía civil contra el racismo. Una ONG que postula la conciencia social frente la discriminación en Austria”. En C Hernández: *Racismo y educación. De la invisibilidad a la evidencia*. España: Editorial Complutense.

JR Santillán (2014): Imagen de México en la prensa española. *VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – VI CILCS*. España: Universidad de La Laguna, recuperado de http://www.revistalatinacs.org/14SLCS/2014_actas/177_Santillan.pdf

T Van Dijk (2009): *Discurso y poder*. España: Gedisa.

M Vernier, L Cárcamo-Ulloa y E Scheihing (2016): Diagnóstico de la estrategia editorial de medios informativos chilenos en Twitter mediante un clasificador de noticias automatizado. *Austral Ciencias Sociales*, 30. Chile: Universidad Austral, páginas 183 a 201, recuperado de <http://mingaonline.uach.cl/pdf/racs/n30/art09.pdf> ISSN: 0718-1795.

A Zuluaga y G Romo (2015): “Prensa local y agenda de gobiernos municipales. Análisis de casos en Colombia y México.” *Estudios Sociales*, 46. México: Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo, A.C., páginas 62 a 81, recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41742710003> ISSN: 0188-4557

Cómo citar este artículo / Referencia normalizada

L Cárcamo-Ulloa, D Calva Rosales, N Ronquillo Rodríguez, F Nesbet Montecinos (2017): “México en la prensa chilena: análisis basado en minería de datos textuales en Twitter”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, pp. 897 a 914.

<http://www.revistalatinacs.org/072paper/1199/49es.html>

DOI: [10.4185/RLCS-2017-1199](https://doi.org/10.4185/RLCS-2017-1199)

- En el interior de un texto:

... L Cárcamo-Ulloa, D Calva Rosales, N Ronquillo Rodríguez, F Nesbet Montecinos (2017: 897 a 914)...

o

... L Cárcamo-Ulloa *et al*, 2017 (897 a 914)...

Artículo recibido el 24 de mayo de 2017. Aceptado el 26 de julio.
Publicado el 31 de julio de 2017