

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/332995098>

Tratamiento de la legalización del matrimonio homosexual en la prensa española desde la perspectiva del "framing". Análisis comparado de "ABC" y "El País"

Article in *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* · March 2019

DOI: 10.5209/ESMP.63740

CITATIONS

0

READS

28

2 authors, including:



Jesus Díaz-Campo

Universidad Internacional de La Rioja

83 PUBLICATIONS 134 CITATIONS

[SEE PROFILE](#)

Some of the authors of this publication are also working on these related projects:



Newsharing. News consumption on social media. Analysing factors driving to selecting and circulating media content [View project](#)



COMPARATIVE ANALYSIS BETWEEN TRAFFIC ACCIDENTS AND CHOKING IN SPAIN: REDUCTION IN THE NUMBER OF DEATHS THROUGH EFFECTIVE PREVENTIVE COMMUNICATION [View project](#)



Tratamiento de la legalización del matrimonio homosexual en la prensa española desde la perspectiva del *framing*. Análisis comparado de *ABC* y *El País*

Antonio Ramos-Arroyo¹; Jesús Díaz-Campo²

Recibido: 13 de febrero de 2018 / Aceptado: 26 de julio de 2018

Resumen. La aprobación del matrimonio homosexual en España generó una fuerte polémica mediática y política. El objetivo principal es conocer el uso de los marcos informativos que han empleado los políticos y los medios de comunicación sobre dicha legislación. También se quiere revisar si los actores sociales atacaron o defendieron sus posturas con patrones de argumentación propios de los sectores sociales enfrentados en España. Tomando como referencia la teoría del *framing*, se ha empleado la técnica del análisis de contenido para estudiar los textos y las imágenes publicados por los periódicos *ABC* y *El País* sobre esta normativa durante la semana anterior y posterior a la aprobación del proyecto de ley. Las conclusiones corroboran el enfrentamiento de una corriente social laicista frente a otra católica, que sin embargo no se corresponde siempre con la postura de los partidos políticos más representativos de la izquierda (PSOE) y la derecha (PP) española, respectivamente.

Palabras clave: Framing; matrimonio homosexual (legalización); *El País*; *ABC*; comunicación política.

[en] Spanish press coverage of the homosexual marriage legalization from the framing perspective. A comparative analysis of *ABC* and *El País*

Abstract. The homosexual marriage legalization in Spain generated a political and media controversy. The main objective of this research is to know how politicians and media used the so-called press frames when talking about that legislation. We also want to analyze argumentation patterns used by social actors regarding social sectors faced in Spain. Based on framing theory, we have used content analysis methodology in order to analyze texts and images published by *ABC* and *El País* about that law during previous and next week to the bill approval. We conclude that there were two opinion streams, secular and catholic, which are not exactly the same positions promoted by the main parties in the left wing (PSOE) and the right wing (PP).

Keywords: Framing; homosexual marriage (legalization); *El País*; *ABC*; political communication.

¹ Universidad Complutense de Madrid (España)

E-mail: antonira@ucm.es

² Universidad Internacional de La Rioja (UNIR) (España)

E-mail: jesus.diaz@unir.net

Sumario. 1. Introducción; 1.1. Objetivos de la investigación. 2. Características de la legislación sobre el matrimonio homosexual. 3. Teoría de los marcos o del *framing*. 4. Periódicos analizados; 4.1. *ABC*; 4.2. *El País*. 5. Géneros periodísticos empleados y otros textos en prensa. 6. Metodología; 6.1. Criterios de elaboración; 6.2. Libro de códigos. 7. Estudio de los resultados; 7.1. Resultados de las imágenes; 7.2. Posicionamiento; 7.3. Análisis de encuadres. 8. Conclusiones. 9. Referencias bibliográficas.

Cómo citar: Ramos-Arroyo, Antonio y Díaz-Campo, Jesús (2019): "Tratamiento de la legalización del matrimonio homosexual en la prensa española desde la perspectiva del *framing*. Análisis comparado de *ABC* y *El País*". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 25 (1), 459-475.

1. Introducción

El matrimonio homosexual ha generado grandes conflictos en el ámbito político, social y mediático español. La defensa o la oposición a este asunto han creado en la historia reciente grandes controversias cuyo interés es incuestionable desde el punto de vista del análisis científico.

En el debate dialéctico que tuvo lugar en España durante el periodo en el que se tramitó la regulación legal del matrimonio homosexual ha habido un claro choque entre los diversos argumentos antagónicos emitidos por los colectivos implicados y/o afectados por esta legislación.

De este modo, interesa analizar desde el punto de vista científico la controversia que ha surgido en España acerca del matrimonio homosexual en los medios de comunicación españoles. En este caso, a través de la prensa escrita, es decir, conocer el tratamiento informativo que los medios han dado a las diferentes posturas de políticos, grupos sociales e institucionales a través de las declaraciones recogidas sobre la regulación del matrimonio homosexual.

1.1. Objetivos de la investigación

El objetivo general de este estudio es conocer el uso de los marcos informativos que han hecho los políticos y los medios de comunicación en los periodos en los que se han debatido dicha iniciativa parlamentaria. En concreto, resulta especialmente interesante conocer los marcos empleados por el Partido Popular (PP), el Partido Socialista Obrero Español (PSOE), la Iglesia católica y los de los medios de comunicación, para así poder compararlos e identificar las discrepancias y las semejanzas entre los políticos y los periódicos.

Además, se quiere analizar si, a través de la tramitación parlamentaria del matrimonio homosexual, los actores sociales atacaron o defendieron la propuesta con patrones de argumentación que unos y otros han mantenido, y que han sido generados por el marco que es propio de cada una de las subculturas enfrentadas. Estas subculturas son la progresista y la conservadora, que guardan relación con posturas alejadas y cercanas al catolicismo respectivamente, siendo esa línea divisoria izquierda / derecha la que se ha manifestado en relación con la legislación estudiada.

Asimismo, se quiere conocer si los argumentos de unos y otros fueron los mismos en todas las iniciativas gubernamentales, o si por el contrario hubo algún cambio y alguna evolución en el discurso político y en el mediático.

Otro de los objetivos es comprobar que los periódicos analizados se han manifestado de manera clara acerca de los asuntos abordados, mostrando su coherencia con los principios editoriales por los que se rigen. Es decir, que la prensa escrita cumple con su función de opinión. Para ello, muestran su opinión, a través de diversos formatos periodísticos, y lo hacen de manera equitativa con la información que presentan sobre la actualidad a sus lectores.

Se han detectado la existencia de algunos estudios científicos, como el de Martínez (2015), que analizan el tratamiento mediático de esta legislación. Sin embargo, la novedad que aporta esta investigación es la comparación del tratamiento informativo y de las imágenes que se publicaron en dos diarios españoles con criterios editoriales opuestos, además de la revisión de las declaraciones de partidos políticos y grupos de presión social. Para ello, se ha realizado un amplio análisis basado en la teoría del *framing*. Estas cualidades permiten recoger todas las opiniones y voces autorizadas por los medios para testar los contenidos periodísticos que se presentan desde los dos polos políticos y sociales de España: la derecha vinculada al catolicismo y cercana al PP frente a la izquierda laicista cercana al PSOE.

2. Características de la legislación sobre el matrimonio homosexual

El PSOE incluyó en su programa electoral de 2004 la aprobación del matrimonio homosexual y criticó al PP por no haber desarrollado esta medida en la legislatura que finalizaba por entonces. Según recoge este texto, “la política conservadora de la derecha ha golpeado la concepción moderna e igualitaria de los jóvenes españoles en muy diversos planos: desde el reconocimiento de las parejas de hecho al matrimonio entre homosexuales, desde el elitismo social en la educación al fortalecimiento de las universidades privadas, desde la apuesta belicista y pro-americana a su insensibilidad ecológica (Programa electoral del PSOE a las Elecciones Generales, 2004).

Por ello, los socialistas se comprometían a través de este documento a impulsar una modificación del Código Civil con la que se legalizara el matrimonio entre personas del mismo sexo y el ejercicio de cuantos derechos conlleva, en igualdad de condiciones con otras formas de matrimonio, “para asegurar la plena equiparación legal y social de lesbianas y gays” (Ib.).

Tras la victoria de los socialistas con Rodríguez Zapatero al frente del Gobierno de España, el Congreso de los Diputados aprobó un proyecto de ley el 21 de abril de 2005, con 183 votos a favor, 136 en contra, y 3 abstenciones, la reforma del Código Civil que permite el matrimonio entre personas del mismo sexo. Esta reforma fue enviada al Senado, donde se vetó el proyecto por una propuesta del PP y Unió Democràtica de Catalunya y que fue aprobada, lo que supuso la vuelta de la reforma al Congreso, donde finalmente se aprobó la legislación el 30 de junio de 2005 (Montesinos, 2006).

La Constitución española reconoce que “el hombre y la mujer tienen derecho a contraer matrimonio con plena igualdad jurídica”, pero no especifica si entre sí o entre ellos. Por lo tanto, si nos fijamos en lo que señala la Carta Magna al respecto, podría entenderse que dicha expresión no va referida exclusivamente a la unión de

parejas de distinto sexo (Linacero, 2005). En consecuencia, “los efectos del matrimonio, que se mantienen en su integridad respetando la configuración objetiva de la institución, serán únicos en todos los ámbitos con independencia del sexo de los contrayentes; entre otros, tanto los referidos a derechos y prestaciones sociales como la posibilidad de ser parte en procedimientos de adopción” (Ley 13/2005, de 1 de julio, por la que se modifica el Código Civil en materia de derecho a contraer matrimonio, BOE, 2005).

La importancia del contexto es otro factor clave para conocer el tratamiento mediático y el enmarcado de un hecho noticioso. Según apunta Linacero (2005), la ley del matrimonio homosexual y el denominado divorcio *exprés* –que se aprobó el mismo día– “son la prueba más evidente de una redefinición del Derecho de Familia, que en algunos aspectos esenciales se asienta sobre bases que implican una quiebra o ruptura con el sistema anterior y el comienzo de una regulación en este ámbito que incluye la facultad de ejercitar el derecho a no estar casado sin previa concurrencia de causa alguna, el principio de corresponsabilidad en el ejercicio de la patria potestad, la previsión expresa de la custodia compartida o el recurso a la mediación familiar”.

Por otro lado, también se considera relevante destacar que cuando se debatieron estas leyes en el Congreso, se produjo la muerte del Papa Juan Pablo II y la coronación de Benedicto XVI como nueva cabeza de la Iglesia católica (*El País*, 2005; *ABC*, 2005).

3. Teoría de los marcos o del *framing*

Las palabras que se incluyen en un texto periodístico no suponen términos aislados porque dependen del resto para ser entendidas. La importancia del contexto es fundamental para lograr captar un mensaje. En este estudio se parte del supuesto de que los términos adquieren uno u otro significado dependiendo del contexto (Saussure, 1959).

A esta particularidad del contexto, hay que añadir la función selectiva de los aspectos en los que se fijan los medios a la hora de explicar y presentar al receptor una noticia, otra característica que determina el producto informativo que se presenta (Gomis, 1987: 22). Esta situación de selección despierta gran interés por parte de los partidos políticos para controlar los medios de comunicación y así poder dirigir y condicionar el desempeño de la función periodística de selección informativa (Casero, 2009).

Los intentos para conseguir que los medios periodísticos ofrezcan un tratamiento favorable en sus noticias a una determinada persona o partido político es una fórmula de dominio de la información de carácter indirecto. La manera en que se refleja la presión que se ejerce a los medios tiene que ver con el enfoque informativo que se da a las informaciones, a través de aspectos de diversa índole, como la focalización del tema, el tipo de plano de cada personaje, el contenido de las declaraciones seleccionadas, la asociación de los hechos o de sus protagonistas con elementos positivos o la actitud de los periodistas (Casero, 2009).

La teoría de la *agenda-setting* describe la "orientación, conducción o canalización que las mentes de los ciudadanos sufren hacia unos repertorios de

temas de preocupación pública, en detrimento de otros que no son mencionados o destacados, como consecuencia de la selección previa de asuntos que realizan los *mass media*" (Dader, 1990: 295).

De esta manera, los medios predeterminan las preocupaciones de actualidad del público general, a partir de la restricción selectiva operada por los principales agentes intermediarios entre la compleja realidad social y el reducido universo perceptivo de cada individuo o grupo de individuos (Dader, 1990: 298). La características similares, las diferencias y las relaciones entre la teoría de la *agenda-setting* y la teoría del *framing* diferenciadores todavía no se han resuelto (Scheufele y Tewsbury, 2007).

Varios autores defienden que la teoría del *framing* es el desarrollo lógico de la *agenda-setting* y hablan del segundo nivel de la *agenda-setting* (McCombs y Ghanem, 2001; McCombs, 2004; Golan y Wanta, 2001).

La selección de realidades que hacen los medios y el modo en el que se presenta dicho contenido informativo implica un conjunto de mecanismos entre los que destacan la selección, el énfasis en determinados aspectos, el uso de determinadas palabras, las características que se le asigna, la exclusión de otras y la elaboración de todo ello. De este modo, el resultado es que los encuadres se convierten en guías para la interpretación y nos permiten localizar, identificar y etiquetar los rasgos destacados en conjunto (Entman, 1993).

Los *frames* más básicos son aquellos que determinan cuestiones formales, tales como el tamaño y la ubicación de una noticia o la presencia o ausencia de una fotografía acompañando al texto, dibujo o gráfico. Pero hay otro tipo de *frames* que hacen al texto en sí. Se trata de la adjetivación, si se hace un análisis, si se hace una evaluación en términos encomiásticos o derogatorios, o tan sólo se presenta la información de manera aséptica. La combinación de todo ello hace que la información sea más o menos fácil de recordar y cargará de sentido al texto, dándole más o menos relevancia (Entman, 1993: 53).

Además, los esquemas mentales de cada persona son otro factor determinante a la hora de digerir una información y de generarnos una perspectiva sobre un hecho noticioso. Siempre que enmarcamos una situación lo hacemos con esquemas, que a su vez trabajan con el contenido implícito en el mensaje de los medios, mientras que los *frames* son el enlace entre el texto y el individuo. Es decir, los esquemas se encuentran en el individuo, mientras que los *frames* ponen en contacto a éste con el texto (Amadeo, 1999).

Otro de los factores que más influye en el enmarcado de las noticias son las fuentes externas de influencia (como por ejemplo, las autoridades políticas, grupos de interés, etc.). Se trata de "actores de gran peso mediático especialmente con las cuestiones relativamente novedosas, en las que todavía no se han establecido marcos algunos" (Scheufele, 1999: 115).

El uso de los encuadres noticiosos en los estudios sobre *framing* ha sido una técnica dominante. Gracias a ello, "se han podido establecer listados más o menos amplios y generalizables con los cuales poder analizar tanto los contenidos informativos de los medios, como el impacto que tiene la información transmitida sobre quienes la consumen" (Muñiz, 2011: 217).

La idea de construcción de marcos planteada por los autores anteriormente mencionados deshecha la posibilidad de encajar la objetividad periodística en la

creación de *frames* informativos debido a los condicionantes que pautan el producto periodístico que llega al receptor. Esta revisión sobre el *framing* permite afirmar que se trata de una teoría asentada dentro de la sociología interpretativa, una cualidad que, como ya se ha señalado, defienden Entman y Tankard (2001).

4. Periódicos analizados

4.1. ABC

ABC fue en un principio un semanal monárquico fundado por Torcuato Luca de Tena el 1 de enero de 1903. Dos años después pasó a ser un diario (Olmos, 2002: 25). El primer número de este periódico recogió su carácter independiente. También hay que destacar la defensa que hace este diario del sistema monárquico español (Luca de Tena, 1980: 4).

Otra de las características de *ABC* hace referencia al carácter aconfesional del periódico, aunque se define como respetuoso con la tradición católica, que “es considerada uno de los fundamentos de la convivencia nacional, organizada desde hace muchos siglos sobre los principios de derecho público cristiano” (Edo, 1994).

Respecto a la presencia de la imagen en *ABC*, cabe destacar que es un factor muy importante. La hemeroteca de este diario “abrió las puertas a los investigadores para conocer y profundizar en la historia de España y del extranjero, pero quedaba un tema pendiente: las imágenes” (Olivera, 2013: 78). La apuesta por las diversas iniciativas que ha tenido este periódico para custodiar y potenciar la imagen como elemento periodístico denota el interés del diario por la documentación y por aportar desde el aspecto cultural y económico las fotografías de archivo (Olivera, 2013: 84).

En el artículo publicado en este diario en 2013, con motivo del 110 aniversario del periódico, se destaca, entre las características de este diario (*ABC*, 2010: 22), la distancia que guarda este medio de comunicación con el PP. “*ABC* antepone sus principios a las simpatías partidistas. Aunque el Partido Popular coincide con muchos de los valores que *ABC* propugna desde antes de la existencia de esa formación, el periódico no renuncia a la crítica y a la discrepancia” (*ABC*, 2010: 22).

Asimismo, otra de las características que refleja este artículo es que asegura que *ABC* anticipa los problemas a los que se enfrenta España, ya que –según asegura este diario– se trata de un periódico que trabaja para cumplir con la demanda de pistas y señales de futuro sobre una noticia que reclaman los lectores (*ABC*, 2010: 22).

4.2. *El País*

El Grupo PRISA –editor de este diario– comenzó su actividad el 18 de enero de 1972, con José Spottorno de presidente. Pocos meses después, *El País* contaba ya “con un activo humano que abarcaba un espectro amplio y variado de la sociedad española” (Edo, 1994).

Los referentes de este diario, eran la prensa internacional declarada independiente y algunos medios españoles anteriores a la guerra civil, de modo que este diario fue revolucionario para los usos de la prensa española” (Edo, 1994: 175-176).

El presidente del grupo PRISA, Jesús de Polanco, describió lo que pretende ser *El País* durante una intervención en la que destacó el carácter independiente y cultural de su periódico: “Cuando me incorporé al equipo fundacional de *El País* [...] la penuria intelectual, técnica y profesional en la que se encontraba la prensa española era sobrecogedora. Libre de toda vinculación de partido o de grupo de poder echó a andar, impulsado por un colectivo en el que se significaban editores, intelectuales y profesionales liberales, un proyecto profesional que apostó decididamente por las libertades y por las formas de vida civilizadas y modernas de las que hoy, afortunadamente, disfrutamos” (En Edo, 1994: 175-176).

Juan Cruz (1996: 138) apunta que este diario fue un instrumento del proceso de libertad, porque su objetivo era contribuir a la creación y la consolidación de las libertades públicas desde el número de 4 de mayo de 1976 –el primero-. Debido a ello, el periódico se creó enseguida entre los elementos más conservadores, incluidos los de su accionariado, una imagen de izquierdista y nido de rojos, en contraposición con lo que se esperaba de él, que fuese un diario de la derecha civilizada (Seoane, 2004: 117).

Esta autora asegura que la idea que se tuvo en el momento en el que se fundó el periódico era la de construir un diario independiente pero no neutral, sino beligerante en una serie de temas como el terrorismo, en contra de la pena de muerte, los derechos de la mujer, la separación Iglesia-Estado, la amnistía, las autonomías y una política familiar y sexual moderna, una sociedad libre y abierta. Así, *El País* manifestó desde el principio su postura radical en estos temas, declarándose progresista y siendo conservador en lo económico y de centro en lo político (Seoane, 2004: 215). *El País* se denomina, como ya se ha señalado, un diario progresista y a favor de leyes como la del aborto o el divorcio, dos iniciativas que, junto a la del matrimonio homosexual, legisló Rodríguez Zapatero (Seoane, 2004).

Respecto a la tirada (el número de ejemplares en condiciones de ser distribuidos y vendidos que se imprimen en cada número) de estos periódicos en el momento de la aprobación del proyecto legislativo del matrimonio homosexual, *ABC* tiene 359.985 ejemplares y *El País* 582.931. En cuanto a la difusión (la tirada útil de una publicación que se distribuye para que llegue a sus destinatarios, que son los consumidores), 278.167 y 453.602, respectivamente³.

5. Géneros periodísticos empleados y otros textos en prensa

En primer lugar, se ha revisado la opinión de la prensa sobre las leyes sometidas a análisis. Para ello, ha cobrado especial relevancia el género del editorial porque es el de mayor relevancia para extraer la opinión de un medio sobre un asunto de

³ Según datos de la OJD

actualidad. Además, se han estudiado también las columnas, los artículos y los géneros mixtos (Martínez Albertos, 1991).

Para analizar las declaraciones de políticos, miembros de asociaciones, representantes de la Iglesia, etc., se han empleado otros géneros informativos, como la noticia, el reportaje objetivo, o la crónica –en la que, además de declaraciones de los actores recogidas de primera mano por el periodista, hay parte interpretativa que también se evalúa-. Se ha descartado la inclusión de las cartas al director por no considerarse un género periodístico a pesar de ser textos incluidos en la prensa. Yanes (2004: 251) señala que “son textos que están escritos por personas ajenas a la actividad profesional de la información, y, por tanto, no están sujetos a las normas estilísticas propias del periodismo”.

6. Metodología

El modelo metodológico que se ha empleado para este estudio es el análisis de contenido. Berelson (1952: 17) señala que se trata de “una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación”. Sin embargo, otros autores apuntan el carácter cualitativo de esta técnica. Bardin (1980: 38) asegura que este modelo de investigación es un conjunto de técnicas de análisis de las comunicaciones, que utilizan procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes.

Andréu (2001: 2) apunta que el análisis de contenido se basa en la lectura – que puede ser textual o visual- como instrumento de recogida de información. La diferencia entre el análisis de contenido con otras técnicas de investigación sociológicas es que este método combina intrínsecamente la observación y producción de los datos, y la interpretación o análisis de los mismos, y de ahí su complejidad. De este modo, hay que indicar que los datos expresos (los que refleja explícitamente el texto) como los latentes (lo que el autor traslada al receptor sin pretenderlo) cobran sentido y pueden contextualizarse.

Este autor plantea un modelo de análisis de contenido basado en la definición de los patrones de relaciones sometidos a revisión, en función de los encuadres a los que haga referencia la información obtenida. Además, hay que tener en cuenta que la matriz de este esquema debía permitir recoger varias formas de presentación del mismo, valorando la intencionalidad del contexto. La unidad de análisis es la cláusula (fragmento del texto) que “encaja” en la matriz definida (Porta y Silva, 2003).

Así, se ha elaborado un análisis que parte de una serie de categorías en función de los objetivos y las hipótesis formuladas. En esta investigación se han tenido en cuenta, con carácter general, las unidades de registro, que son los segmentos de contenidos periodísticos cuyo análisis era relevante para la investigación, como las noticias, entrevistas, imágenes, editoriales...) (Porta y Silva, 2003). Los indicadores de registro son núcleos de significado propio que serán objeto de estudio para su clasificación y recuento. Son unidades base enfocadas a la codificación y al recuento frecuencial. Al no haber criterios claros de distinción de unidades de registro, pueden ser muy variadas. Esto hace que se tengan que

codificar las significaciones interesantes cuyo criterio viene marcado por los objetivos del análisis (Porta y Silva, 2003).

El siguiente paso ha sido agrupar todos los resultados obtenidos en el análisis, siguiendo el esquema propuesto por Porta y Silva y añadiendo –además– los marcos genéricos planteados por Semetko y Valkenburg (2000). Estos marcos son cinco tipos de encuadres que considerados un repertorio estándar de indicadores analíticos (a los que hay que sumar los expuestos anteriormente). Además, queremos ir un paso más allá y especificar más datos referentes a cada uno de los marcos genéricos, con el fin de detallar más la información sobre *framing* que recoge nuestro corpus documental.

Para la elaboración de las diversas categorías que conforman el estudio se ha fijado como estudio referente el planteado por Ballesteros (2012), que emplea los marcos genéricos y, dentro de cada uno, varias categorías dependientes de *frames*. Cabe destacar que, a pesar de que el objeto de estudio en el caso de Ballesteros son los marcos informativos del cannabis en la prensa española, su modelo de análisis de marcos se puede aplicar de manera casi íntegra a este estudio.

Con la finalidad de diseñar un modelo válido de análisis que refleje tanto los marcos genéricos como los subtipos o categorías específicas que se han incluido en cada uno de ellos, se han tenido en cuenta los encuadres que más se han repetido en las frases, sustantivos y adjetivos de los textos que hemos analizado.

Una vez definido el análisis de contenido planteado, se ha aplicado a los periódicos *ABC* y *El País*. El primer motivo por el que se ha empleado la prensa escrita en lugar de otro tipo de medios es que los periódicos generan una situación de recepción de los mensajes bien diferenciada respecto al resto. D'Adamo, García y Freidenberg (2007: 71) apuntan que los medios impresos nos permiten una reflexión mayor que los medios audiovisuales y que, gracias a la posibilidad de guardar más tiempo de comprensión, son un soporte más adecuado para los mensajes.

Además, otra de las causas por las que se ha empleado la prensa escrita es que estos periódicos han sido los únicos diarios generalistas y de tirada nacional que cubrieron informativamente las dos etapas que se van a analizar. Así mismo, hay que resaltar la facilidad de las fuentes respecto a otras como la televisión o la radio, que permitió elaborar un análisis accesible a cualquier investigador.

De este modo, se ha considerado que la elección de esos dos periódicos es suficiente para ejecutar este análisis, debido a que se tratan de diarios distintos que reflejan los espectros políticos y sociales. No obstante, se da el caso de que "muchas investigaciones emplean un único medio como representante de toda la agenda mediática" (McCombs, 2006: 101). De hecho, en Estados Unidos se asigna frecuentemente el papel de representante al *New York Times*.

6.1. Criterios de elaboración

El análisis documental se ha realizado tomando como referencia el día de la aprobación del Proyecto de Ley por la que se modifican el Código Civil y la Ley de Enjuiciamiento Civil en Materia de Separación y Divorcio 21 de abril de 2005. Partiendo de dicha fecha, se ha incluido la semana anterior y la posterior a dicha aprobación, es decir, un total de quince días. De este modo, el estudio abarca los

periódicos editados desde el 14 de abril de 2005 al 28 de abril de 2005. Se ha empleado la búsqueda digital avanzada de las hemerotecas de los dos diarios sometidos a análisis.

En los criterios de búsqueda se ha utilizado el término considerado clave para localizar la información relacionada con el objeto de estudio: 'matrimonio'. La información provincial y local se ha excluido del estudio. Para evaluar la validez del libro de códigos que se ha elaborado, se realizó un pretest cuyos resultados corroboraron que el modelo de codificación se adaptaba al objeto de estudio.

La elección del proyecto de ley como tramitación parlamentaria sometida a análisis responde a que recogen el periodo de elaboración de la ley en el que se establecen posturas, se debate y se negocia en las Comisiones Legislativas y en el Pleno del Congreso de los Diputados las materias que sometemos a análisis, según marca el artículo 75 de la Constitución española de 1978 (Congreso, 1978).

6.2. Libro de códigos

Para realizar el libro de códigos, se ha elaborado un esquema numérico que, en función del número de repeticiones, ha servido para evaluar los resultados obtenidos.

Los datos de identificación básicos son: el número de unidad de análisis de registro, la fecha de publicación y el periódico.

La descripción formal es: la postura, ubicación, fuente (nombre) y profesión. En cuanto a la información: el género de la información y sección. En el apartado de opinión, se encuentra: el editorial (analítico o informativo, instructivo, predictivo, combativo, apologético, editorial como manifiesto) y otros géneros (columna y artículo). Respecto a las imágenes, se ha diferenciado y evaluado las fotografías, grafismos y viñetas.

Finalmente, se han incluido los marcos genéricos (Semetko y Valkenburg, 2000) y las características específicas de estos marcos (Ballesteros, 2012):

En el encuadre genérico de atribución de responsabilidad se divide en los siguientes subapartados: los gobiernos tienen la responsabilidad de resolver el problema/ la Justicia como responsable / los grupos sociales deben tener responsabilidad de poder elegir sobre el asunto / soluciones al tema abordado necesidad de una acción urgente / normas constitucionales / referencia a la ciencia o la etimología.

El encuadre genérico de interés humano incluye estos apartados: Aspectos humanos de un problema / uso de adjetivos o descripciones personales que generan sentimientos de agravio / empatía, simpatía o compasión / énfasis en los afectados por un problema / descripción de las vidas privadas o personales de los protagonistas / información visual que podría generar sentimientos.

El encuadre de conflicto: Desacuerdo entre partidos políticos, individuos o instituciones / un partido político, individuo, grupo o institución realiza algún tipo de reproche a otro partido político, individuo, grupo o institución / alude a varias posturas diferentes en torno al tema / alusión a ganadores y vencidos / críticas de la gestión mediática que ofrece el gobierno sobre el asunto.

Encuadre de moralidad: Mensaje ético o moral /hace referencia a Dios, o a otros principios religiosos / prescripciones específicas que indican cómo se debería actuar.

Encuadre de consecuencias económicas: En el relato se alude a los costes asociados al tema o problema abordado / referencia a las consecuencias económicas por seguir o no una determinada acción.

7. Estudio de los resultados

En primer lugar, hay que destacar que el número unidades de registro sometidas a análisis es de 56 en *ABC* y 69 en *El País*.

El número de editoriales sobre el matrimonio homosexual en *ABC* es de 3 en el periodo analizado, mientras que en *El País* aparecieron 4. En porcentaje, representa un 7,9% y un 10,53%, respectivamente, en relación al total de información recogida en el estudio. Además, el tipo de editorial más repetido en ambos periódicos es el instructivo (3 en cada caso). En el caso de *ABC*, todos ellos en contra de la ley, y en *El País*, a favor.

Atendiendo a las noticias, *El País* recoge más del doble de unidades de registro que *ABC* (21 frente a 8, respectivamente). En lo que se refiere a las crónicas, hay más en *ABC* (22) que en *El País* (21).

En cuanto a la ubicación de las unidades de registro, en la portada de *ABC* aparece 1, frente a 7 de *El País*. Atendiendo a las páginas interiores, la diferencia no es tan pronunciada entre ambos periódicos. En el caso de *ABC*, aparecen 34 unidades de registro en las páginas pares y 36 en *El País*. Acerca las páginas interiores impares, hay 21 unidades de registro en *ABC* frente a 25 de *El País*.

Tabla 1. Declaraciones sobre la Ley de matrimonio homosexual. Fuente: elaboración propia

	<i>ABC</i>	<i>El País</i>
Iglesia o asociación católica	10	10
Cultura	1	4
Experto en Derecho	7	3
Periodista/agencia/sin firma	12	7
PSOE	5	7
Partido Popular	13	12
Izquierda Unida	0	3
PNV	0	3
Colectivos homosexuales	1	10
Asociaciones de familia	4	0

En la Tabla 1 se puede observar que el número de declaraciones de miembros o sectores de la Iglesia recogidas en los dos periódicos sometidos a análisis es similar. En el caso de las declaraciones de miembros del Partido Popular, el número es muy parecido en *ABC* y *El País*. Sin embargo, el diario de Vocento tiene más del doble de declaraciones de expertos en Derecho que el diario de PRISA. También se observa que el número de declaraciones sin firma, de agencia o firmadas por redactores del periódico es muy superior en *ABC* respecto a *El País*.

Sin embargo, ocurre justo con contrario con las declaraciones procedentes del ámbito de la Cultura.

7.1. Resultados de las imágenes

El 58,93% de las unidades de registro de *ABC* van acompañadas de imágenes, frente al 72,06% de *El País*. Revisando el análisis pre-iconográfico, los resultados obtenidos señalan que en todas las imágenes de ambos diarios aparecen personas, en detrimento de otros objetos.

Asimismo, el tipo de imágenes más común son las fotografías, que en el caso de *ABC* suponen el 93,94% y en *El País* el 79,59% del total de imágenes. Seguidamente, los grafismos suponen el 3,03% en *ABC* y el 14,29% en *El País*. Finalmente, las viñetas corresponden al 3,03% de la imágenes de *ABC* frente al 6,12% en *El País*.

Tabla 2. Análisis iconológico en función del protagonista de la fotografía. Fuente: Elaboración propia

	<i>ABC</i>	<i>El País</i>
Políticos	3	5
Colectivos sociales	5	7
Mujeres	0	9
Jóvenes	0	0
Miembros de la Iglesia	6	0
Colectivos vinculados a la Iglesia	16	17
Colectivos profesionales o expertos	1	0

En la Tabla 2 se puede observar el protagonismo que tienen los colectivos vinculados a la Iglesia en las fotografías de los dos periódicos estudiados respecto a otros colectivos. Destaca también la aparición de mujeres en *El País* en comparación al diario *ABC*.

7.2. Posicionamiento

ABC recogió 53 declaraciones en total sobre el proyecto de ley del matrimonio homosexual. De ellas, 16 fueron a favor de esta tramitación parlamentaria y 37 en contra. Por su parte, *El País* recogió 64 declaraciones sobre esta normativa, de las que 46 fueron a favor y 18 en contra.

En *ABC* hay 13 declaraciones del PP, partido que no llevó a cabo la legislación, frente a 5 del PSOE. En *El País*, hay 7 y 12, respectivamente. Además, en ambos diarios el PP es la fuente es la que más declaraciones tiene. La Iglesia también aparece, con 10 declaraciones en cada periódico. Por otra parte, cabe destacar la diferencia de declaraciones de colectivos homosexuales, ya que en *ABC* hay 1 declaración y en *El País* 10. En el caso del ámbito de la cultura, la diferencia de declaraciones es de 1 a 4, respectivamente.

Sobre el posicionamiento de estas fuentes, la totalidad de las declaraciones de la Iglesia en *ABC* están en contra de esta ley, mientras que en *El País* hay 3 a favor y 7 en contra.

Respecto a las fotografías, en *ABC* aparecen 10 a favor y 31 en contra, mientras que en *El País* hay 31 a favor y 8 en contra.

7.3. Análisis de encuadres

El encuadre que más se repite en ambos periódicos es el de interés humano (36 unidades de registro en *ABC* y 49 en *El País*), seguido del de atribución de la responsabilidad (19 y 29, respectivamente). En tercer lugar, aparece el encuadre de conflicto (13 y 18, respectivamente).

La fuente que más tipos específicos de encuadres recoge *ABC* es el PP (39 unidades de registro, seguida de la Iglesia católica (29). En *El País*, la fuente que recoge más encuadres específicos acerca de la aprobación del matrimonio homosexual son los colectivos homosexuales (27), seguida de la Iglesia (26) y del PP (20).

8. Conclusiones

En este estudio se ha revisado una gran cantidad de información periodística para poder analizar los objetivos planteados anteriormente, partiendo de la legislación del matrimonio homosexual en España. Así, se ha comprobado que en España hay una subcultura cercana a la religión católica y otra de carácter laicista, que no siempre se han correspondido con el PP frente al PSOE, respectivamente. A pesar de que esta normativa parlamentaria cuenta con la clara oposición de la Iglesia – pese a alguna posición recogida en *El País*-, no se puede decir lo mismo de los diversos partidos políticos que han gobernado.

En este sentido, hay que apuntar que ambos diarios recogieron más declaraciones del PP en contra que a favor de esta ley. Sin embargo, es importante señalar que las declaraciones a favor no fueron escasas y que, además, fueron emitidas por parte de destacados miembros del Partido Popular, a pesar de que fue una propuesta electoral del PSOE y de que el PP estaba, en principio, en contra de dicha aprobación.

Además, esta ley fue de algún modo refrendada por el Gobierno de Mariano Rajoy al seguir vigente en la actualidad, después de que el líder de este partido lleve seis años al frente de la Presidencia del Gobierno español. Por lo tanto, el verdadero enfrentamiento social e ideológico en España se produjo entre los políticos y la Iglesia, aunque es cierto que esa fractura fue más evidente con los socialistas.

La fragilidad dialéctica que utilizó el PP al posicionarse mayoritariamente en contra del matrimonio homosexual supuso una victoria clara de la subcultura progresista y laicista, frente a otra conservadora y más cercana a la Iglesia católica. Fue, por lo tanto, un triunfo de los postulados alejados de la religión y aperturistas, en detrimento de las corrientes monistas y al catolicismo.

La aprobación del proyecto legislativo del matrimonio homosexual fue una lucha descarnada en el plano mediático, pero con claros precedentes sociales. En este sentido, destacó la elevada carga de información y de opinión, así como el duro enfrentamiento entre las dos subculturas enfrentadas que se reflejó en los

periódicos estudiados. Pero esta medida venía precedida del histórico enfrentamiento entre el sector más católico y el menos cercano a la Iglesia, y/o entre conservadores y progresistas que se había producido en los años de democracia precedentes a través de otras legislaciones aprobadas en España en los años del periodo democrático vigente –como el aborto o el divorcio- a los que se hace referencia en los textos analizados.

Por lo tanto, en la presentación mediática de esta ley tuvo un papel muy relevante la perspectiva constructorista defendida por Van Gorp (2007), ya que se trató de un asunto en el que entraron en juego significados, mensajes y contextos políticos y culturales repetidos años atrás.

En este punto, fue muy importante el embolado contextual en el que se desarrolló esta legislación, con una tramitación exprés del divorcio y con la muerte de un Papa de la Iglesia católica, lo que generó un choque de noticias que tenían como denominador común a la Iglesia y a los conceptos de matrimonio y libertad de por medio.

Dader (1990: 94) asegura sobre esta ley que fue significativa en cuanto a la forma en que se presentó la información, al estar revestida de objetividad y estandarizada en los periódicos debido a la prioridad que se dio a la inmediatez, al impacto dramático y a la sencillez de comprensión de un tema tan delicado como el concepto del matrimonio.

Sobre la postura de los periódicos revisados, destaca que *ABC* se posiciona generalmente en contra del matrimonio homosexual a través de marcos semánticos y visuales muy contrarios a esta normativa, pero a la vez, este diario también ofreció algún síntoma de aceptación de esta regulación, al menos parcialmente en lo que se refiere a ciertos aspectos técnicos de la legislación. En definitiva, mantuvo la misma visión que el centro-derecha español, representado principalmente por el Partido Popular.

Los visos de aceptación del matrimonio homosexual que se manifestaron en *ABC* no aparecen en los editoriales, que, como se ha indicado anteriormente, es el género más relevante para ofrecer la postura de los periódicos sobre un asunto mediático. En *El País* sí que hubo una manifestación clara en cuanto a la opinión de este diario en torno a esta legislación. En el caso de este periódico, destaca el elevado número de repeticiones del *frame* genérico de interés humano, a través del uso de adjetivos o descripciones personales que generan sentimientos de agravio, empatía, simpatía o compasión.

Se trata, por lo tanto, de un síntoma de la inexistencia de independencia en la prensa y reafirma la idea de que la objetividad no existe en este ámbito, pese a las manifestaciones de los responsables y los textos recogidos en este diario en las que se autodenominan independientes –especialmente *El País*, pero también ocurre con *ABC*-.

Por otro lado, *ABC* mostró síntomas claro de falta de independencia a través de las imágenes –especialmente las fotografías-, que en general recobraron gran relevancia al mostrar un mensaje visual precisamente por la escasez de otros elementos textuales en determinados contenidos periodísticos. De este modo, mientras que *El País* utilizó las imágenes para reforzar su posicionamiento en torno a esta ley, el elemento visual adquiere más protagonismo en *ABC*, a pesar de que tuvo menos unidades de registro de este ámbito que *El País*.

9. Referencias bibliográficas

- ABC (2005): "El Papa baja a la calle". 25 de abril de 2005. Diario ABC, Madrid.
- ABC (2010): "Principios, pensamientos y rigor". 10 de noviembre de 2010. Diario ABC, Madrid.
- Amadeo, Belén (1999): *La aplicación de la teoría del framing a la cobertura de la corrupción política en Argentina (1991-1996)*. Pamplona, España. Universidad de Navarra.
- Ballesteros, Carlos Antonio (2012): *Los marcos informativos del cannabis en la prensa española: aplicación de las teorías del Framing y de la Agenda-setting*. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.
- Bardin, Laurence (1980): *L'Analyse de Contenu*. Paris, Presses Universitaires de France.
- Berelson, Bernard (1952): "Content Analysis in Communication Research". *Free Press*, Glencoe, en Abela, Jaime Andréu (coord., 2001): *Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada*. Granada, Universidad de Granada, Fundación Centro Estudios Andaluces.
- Boletín Oficial del Estado (BOE) (2005): *Ley 13/2005, de 1 de julio, por la que se modifica el Código Civil en materia de derecho a contraer matrimonio*. BOE, núm. 157, 2 de julio de 2005, p. 23633. Madrid.
- Casero, Andreu (2009): "El control político de la información periodística". *RLCS, Revista Latina de Comunicación Social*, 64, 354-366.
- Congreso de los Diputados (1978): *Constitución española*. En: <http://www.congreso.es/consti/constitucion/indice/index.htm>
- Cruz, Juan (1996): *Una memoria de El País. 20 años de vida en una redacción*. Barcelona, Plaza y Janés editores.
- D'adamo, Orlando Jorge, et al. (2007): *Medios de comunicación y opinión pública*. Madrid, Editorial Mc Graw Hill.
- Dader, José Luís (1990): "Las provincias periodísticas de la realidad". *Comunicación y Sociedad*, 3, 1. Pamplona, España, Publicaciones de la Universidad de Navarra.
- Edo, Concha (1994): *La crisis de la prensa diaria*. Barcelona, Ariel Comunicación.
- El País* (2005): "Cristianos", 25 de abril. Madrid.
- Entman, Robert (1993): "Framing: toward clarification of a fractured paradigm". *Journal of communication*, 43 (4), 51-58.
- Golan, Guy & Wanta, Wayne (2001): "Second level agenda setting in the new hampshire primary: a comparison of coverage in three newspapers and public perceptions of candidates". *J & MC Quartely*, 87 (2), 247-259.
- Gomis, Lorenzo (1987): *El medio media, la función política de la prensa*. Madrid, Seminarios y ediciones DL.
- Linacero, María Asunción (2005): "Ley 13/2005, de 1 de julio, por la que se modifica el Código Civil en materia de derecho a contraer matrimonio". *Foro, Revista Nueva época*, 2. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.
- Luca de Tena, Guillermo (1980): "Razones para una fidelidad". Madrid, Diario ABC, 2 de junio de 1980, p. 4.
- Martínez Albertos, José Luís (1991): *Curso general de redacción periodística*. Madrid, Thomson.

- Martínez, Mildred Braulio (2015): *Movilizaciones y discursos sobre familia y matrimonio homosexual y su tratamiento en la prensa (Un bienio crucial en España: 2004-2005)*. Salamanca, España, Ediciones de la Universidad de Salamanca.
- McCombs, Maxwell & Ghanem, Salma (2001): "The convergence of agenda setting and framing", en Reese, Stephen et al. (eds.): *Framing public life Perspectives on media and our understanding of the social world*. Lawrence. Erlbaum, Mahwah, pp. 67-83.
- McCombs, Maxwell (2004): *Setting the agenda: the mass media and public opinion*. Oxford, Polity Press.
- McCombs, Maxwell (ed., 2006): *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento* (v.o. 2004). Barcelona, Paidós.
- Montesinos, Nieves (2006): "Matrimonio y Homosexualidad". *Revista Feminismo/s*, 8. Alicante, España, Universidad de Alicante.
- 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*, 55, 213-239. México, Universidad Autónoma del Estado de México.
- Olivera, María (2013): "Abcfoto. Análisis del proyecto fotográfico documental del diario ABC". *Cuadernos de Documentación Multimedia*, 24 (78). Madrid, Universidad Complutense de Madrid.
- Olmos, Víctor (2002): *Historia del ABC*. Barcelona, Plaza y Janés.
- Partido Socialista Obrero Español (2004): *Programa electoral del PSOE a las Elecciones Generales*. Madrid.
- Porta, Luis y Silva, Miriam (2003): "La investigación cualitativa: El Análisis de Contenido en la investigación educativa". En: <http://www.uccor.edu.ar/paginas/REDUC/porta.pdf>
- Saussure, Ferdinand de (1959): *Course in General Linguistics*, New York, Mc Graw-Hill.
- Scheufele, Dietram (1999): "Framing as a Theory of Media Effects". *Journal of Communication*, 49, 103-122.
- Scheufele, Dietram & Tewksbury, David (2007): "Framing, Agenda Setting and Priming. The evolution of three media effects models". *Journal of Communication*, 57, 9-20. International Communication Association.
- Semetko, Holli; Valkenburg, Patti (2000): "Framing European politics: a content analysis of press and television news", *Journal of Communication*, 50 (2), 93-109.
- Seoane, María Cruz (2004): *Una historia de El País y del Grupo Prisa*. Barcelona, Editorial Plaza y Janés.
- Tankard, James (2001): "The empirical approach to the study of media framing", en Reese, Stephen et al. (Eds.): *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world*. Mahwah, pp. 95-106.
- Van Gorp, Baldwin (2007): "The constructivist approach to framing: bringing cultura back in". *Journal of communication*, 57, 60-78.
- Yanes, Rafael (2004): *Géneros periodísticos y géneros anexos: una propuesta metodológica para el estudio de los textos publicados en prensa*. Madrid, Fragua.

Antonio Ramos Arroyo es Doctor en Comunicación por la Universidad Complutense de Madrid e investigador de esta universidad española. Su principal línea de investigación es la comunicación política e institucional, un área en el que también ejerce su labor profesional como periodista.

Jesús Díaz-Campo es Doctor en Ciencias de la Información, profesor agregado y director del Máster Universitario en Comunicación e Identidad Corporativa de la Universidad Internacional de La Rioja (UNIR), España. También es miembro del grupo de investigación Comunicación y Sociedad Digital (COYSODI). Sus principales líneas de investigación son: ética y deontología de la comunicación, comunicación política y redes sociales.