

José Javier Sánchez Aranda. Doctor y profesor de Historia de la Comunicación y de Métodos de Investigación en Comunicación. Director del Departamento de Comunicación Pública de la Universidad de Navarra.

María Rosa Berganza Conde. Doctora en Comunicación y profesora de Teoría General de la Información y de la Comunicación en la Universidad de Navarra.

## *Framing* en la prensa española: la información sobre la muerte y funeral de Diana de Gales

### *Framing in the Spanish Press: the Information about the Death and Funeral of Diana of Wales*

**RESUMEN:** La prensa, consciente o inconscientemente, construye la realidad en forma de palabras clave, metáforas, conceptos o imágenes, en resumen, *frames* que enmarcan de una manera determinada la realidad que están describiendo y que la hacen consistente. El análisis minucioso del contenido de las informaciones sobre el fallecimiento y el funeral de Diana de Gales en *ABC*, *El País* y *El Mundo* constituye una evidencia de la existencia de distintos *frames*, que diferencia la cobertura de los distintos periódicos. Es decir, la personalidad de cada uno de ellos (su orientación ideológica, política, religiosa, etc.) queda reflejada en su modo de trabajar.

**ABSTRACT:** *Conscious or unconsciously mass media construct reality using key words, metaphors, concepts and images, that is to say, frames that focus on the facts and the society they are describing in a peculiar way. As an evidence of the framing theory, the authors analyse the content of every information published in the three Spanish largest national newspapers (ABC, El País and El Mundo) about the "Diana of Wales case", covering her death and funeral. Personality and editorial style of every of the newspaper studied are reflected in the coverage they make about the event.*

#### 1. Contexto teórico y metodológico

Son abundantes los modos de mostrar cómo en la tarea informativa hay un elemento subjetivo, el aportado por la persona del comunicador, que lleva a

presentar su mensaje de un modo concreto y determinado. Por mucho que la tradición positivista haya insistido en la posibilidad de una comunicación aséptica, no contaminada por las peculiaridades del emisor (tanto las personales como las de la estructura en que se integra), la evidencia contraria es tan nítida que los académicos la han abandonado y los profesionales, formados aún en ese paradigma, poco a poco van siguiendo el mismo camino.

Una de las líneas en que se ha concretado esa nueva visión del proceso comunicativo insiste en el concepto de marco o encuadre (*frame*) de los mensajes. Éste puede apreciarse tanto en el receptor (asimila conforme a un determinado “enmarcamiento” de la realidad), como en el emisor que elabora su producto informativo de acuerdo a unas coordenadas mentales y culturales, que constituyen –en última instancia– un modo concreto y parcial de ver y comunicar la realidad. Muchos son los que hablan y tratan del *framing* y del *frame* de las noticias<sup>1</sup>.

En el fondo, lo que sucede es que el “encuadre” o “enfoque” es un concepto un tanto intuitivo y en el que se incluyen muchas realidades. En última instancia al emplear ese vocablo se expresan aspectos parciales de la comunicación, se viene a decir que la realidad que es objeto de transmisión sufre un proceso de limitación, que comienza en el momento inicial de elaboración y concluye en los efectos que se inducen en el receptor. Según esto, resulta comprensible que se diga que esa realidad parcial transmitida tiene unos determinados aspectos que subyacen y que puede decirse que cumplen una función de “enmarcar”. Parece claro que se menciona aquí el marco a modo de metáfora<sup>2</sup>.

Lo mismo ocurre cuando nos fijamos tanto en la actividad de los informadores como del público receptor, pues tanto unos como otro perciben de

<sup>1</sup> Ya en 1955 la utilizaba Batenson, de quien lo toma Goffman. Este autor en 1974 (aunque citemos por la reimpresión de 1986) dice: “I assume that situations are built up in accordance with principles of organization which govern events –at least social ones– and our subjective involvement in them; *frame* is the word I use to refer to such of these basic elements” (GOFFMAN, *Frame Analysis*, Northeastern University Press, Boston, 1986, pp. 10–11). A partir de ahí son muchos los que han empleado ese concepto. Una revisión bibliográfica interesante la presentan PAN, Z. y KOSICKI, G.M. en “*Framing Analysis: An approach to news discourse*”, *Political Communication*, n° 10, 1993, pp. 55–75.

<sup>2</sup> B. Berger en el prólogo del libro mencionado de Goffman así lo indica: “A *frame*, in this sense, is only a particularly tangible metaphor for what the sociologists have tried to invoke by words like ‘background’, ‘setting’, ‘context’, or a phrase like ‘in terms of’” (p. xiii).

un modo limitado y lo expresan después también con esa peculiaridad. Aquí se puede aplicar nuevamente, el concepto de "enfoque" como un instrumento que facilita el proceso de conocimiento y de comunicación. Por lo tanto, la dificultad para formular con el paradigma científico el "enmarcamiento" de la información tiene su origen en los diferentes sentidos que puede tener una palabra (la de marco o *frame*) presente en todo un complicado itinerario que es el que se da en la comunicación social.

A pesar de esa cierta indefinición, con el paso del tiempo, y especialmente en la última década, se ha logrado delimitar de un modo más preciso lo que constituye el *framing*. Partiendo del concepto de idea central organizadora empleado por Goffman, que sirve para que el mensaje sea comprendido de acuerdo a unos patrones, Tuchman concluye que esta idea forma parte de la realidad misma. Por su parte, Giltin afirma que se trata de patrones de conocimiento, interpretación, selección, énfasis y exclusión; y Hacket añade que la ideología del comunicador es la que proporciona el encuadre. Por otro lado, Gamson matiza que el marco es necesario para que el evento tenga sentido y de ahí que el periodista haga hincapié en unos hechos y otros queden ignorados; y Entman, por terminar con algunas de las aportaciones más significativas a la teoría del *framing*, señala que la labor informativa supone seleccionar unos hechos y dar énfasis a unos aspectos más que a otros<sup>3</sup>.

A partir de estas aportaciones teóricas, que se han resumido brevemente, se ha ido desarrollando un variado elenco de investigaciones que ha servido para delimitar la intuición primera y convertirla en un término —el de *framing* y *frame*— con un significado preciso en el ámbito de las ciencias sociales, y específicamente en el de la comunicación.

En el presente estudio aplicaremos este concepto de *framing* para comparar la cobertura informativa de un acontecimiento que tuvo enorme resonancia en el año 1997: la muerte y funeral de Diana de Gales. La teoría del *framing* nos servirá para poder comparar la cobertura que dieron diferentes diarios españoles. No es objeto nuestro un estudio de efectos, es decir, el análisis de cómo influyeron los medios en las percepciones del público español, ya que, para realizarlo sería necesario complementar el análisis de contenido

<sup>3</sup> Cfr. TUCHMAN, G., *Making News*, The Free Press, Nueva York, 1978; HACKET, R.A., "Decline of a Paradigm? Bias and Objectivity in News Media Studies", *Mass Communication Review Yearbook*, n° 5, pp. 251-274; GAMSON, W.A., "News as Framing", *American Behavioral Scientist*, n° 33, 1989, pp. 157-161; ENTMAN, R.M., "Framing: Toward a Clarification of a Fractured Paradigm" *Journal of Communication*, n° 43, 1993, pp. 51-58.

de los medios que se ha llevado a cabo con una encuesta que mostrara los cambios de actitud del público expuesto a cada uno de los diarios estudiados. Sin embargo, al analizar la cobertura periodística sí que se perfilarán claramente los diferentes marcos de una misma realidad objeto de información que utilizaron los distintos periódicos. Además de afirmar la existencia de esos enfoques distintos, también podremos definir cuáles eran las peculiaridades según los medios y qué aspectos predominaron.

Para llevar a cabo este estudio se han seleccionado todos los ejemplares de los tres diarios de mayor tirada entonces (en concreto *El País*, *ABC* y *El Mundo*) desde el 1 al 7 de septiembre de 1997, ambas fechas incluidas. La selección se ha realizado con criterios de exhaustividad, es decir, se han analizado todos los artículos aparecidos en los tres periódicos que guardaban relación con el tema. La unidad de análisis ha sido toda información que tuviera un titular, a excepción de las columnas de breves, donde la unidad viene marcada por el tema que se trata, y donde se ha considerado cada breve como un escrito. El resto de especificaciones metodológicas son las habituales en los trabajos que utilizan la técnica de análisis de contenido. Respecto al código utilizado en este análisis debe tenerse en cuenta que fue diseñado con el objetivo de captar los diferentes enfoques o *frames* utilizados por los tres medios españoles.

El que no hayamos medido los cambios de actitud del público por la acción de la prensa no impide que lleguemos a conclusiones acerca de cuál fue la actitud generalizada en nuestro país, pues la opinión publicada, aunque no sea coincidente con la predominante, sí nos da indicios acerca de ella. Como es evidente que los medios influyen y que son un poderoso elemento de socialización, en nuestro caso podemos comprender cuál fue la tendencia que se impuso.

## 2. *El impacto internacional del fallecimiento de Diana de Gales*

La noche del 30 al 31 de agosto de 1997 se produjo un evento que conmocionaría al mundo y que acapararía durante una semana, hasta el 6 de septiembre, gran parte de la actividad informativa en los cinco continentes<sup>4</sup>.

<sup>4</sup> Recordemos que la trágica muerte de la princesa tuvo lugar la noche del 30 al 31 de agosto de 1997 y el funeral fue el sábado 6 de septiembre. La muerte de Diana apareció en todas las portadas de los periódicos nacionales españoles. Lo mismo sucedió en otros medios interna-

Pocos podían creer que fuera cierta la noticia que en pocas horas cubriría la mayoría de las portadas de la prensa internacional. Con su fallecimiento en el inesperado accidente, la figura de Diana de Gales se convertiría en un mito capaz de arrastrar a multitudes y de hacer tambalearse dos instituciones tan sólidas y apreciadas en Gran Bretaña como la monarquía y la prensa. Al fortalecimiento de la personalidad mítica de Diana Spencer y a su caracterización simbólica contribuyeron decisivamente –tal como se muestra en investigaciones recientes<sup>5</sup>– los medios de difusión. Y la prensa española no fue en este sentido una excepción.

Como se ha dicho, el objetivo del presente estudio es analizar cómo la prensa española ha “enmarcado” o “encuadrado” la personalidad de Diana de Gales e identificar cuáles son los atributos y elementos simbólicos que la han hecho tan atractiva para los medios de comunicación y la opinión pública. Recuérdese que, desde su primera aparición pública, el 25 de febrero de 1981

cionales como, por citar unos pocos ejemplos, el diario saudita *Al Hayat*, el japonés *Asahi Shimbun*, el francés *Liberation*, el tabloide estadounidense *Daily News* y el italiano *Corriere della sera*. Por otro lado, 137 países siguieron en directo el funeral de Diana de Gales a través de la BBC y 45 en diferido. BBC World Service cubrió el evento en 45 lenguas diversas. Según *The Times*: “La transmisión del acontecimiento en Europa, incluidos Islandia y Malta, se hizo a través de European Broadcasting Union, con sede en Kensington. Para América, Medio Oriente, África, Japón, Nueva Zelanda y Australia, las imágenes fueron emitidas por la torre de British Telecom en el centro de Londres. ITV realizó la cobertura para muchas agencias de noticias de todo el mundo” (*The Times*, 8 septiembre 1997). Como indica Mancini, el día del funeral de Diana de Gales, celebrado en la Abadía de Westminster: “19 cámaras estaban instaladas en el interior de la Abadía, 12 eran los satélites, 200 las cámaras en total, 2.000 los periodistas invitados, 22 los estudios móviles, en definitiva, miles de kilómetros de cables eléctricos” (Cfr. MANCINI, Paolo, *La principessa nel paese dei mass media*, Riuniti, Roma, 1998, pp. 97–98).

<sup>5</sup> Entre las publicaciones recientes más relevantes se encuentran: MANCINI, Paolo, op. cit.; CERI, Paolo, “Il popolo di Lady Diana: l'emozione, il calcolo e la regola”, *Il Mulino*, n° 337, 1997; SANDERS, Karen, “The press and the People’s Princess: An analysis of the British press coverage of the death and funeral of Diana, Princess of Wales”, conferencia presentada en la 6ª Conference of the International Society for the Study of European Ideas, Haifa, Israel, 16–21 agosto, 1998; SANDERS, Karen, “Privacy and press coverage of the death of princess Diana”, *The British Editor*, nov. 1997; GREENSLADE, R., “Diana’s death by a thousand cuttings”, *British Journalism Review*, 1997, vol. 8, n° 2; JACK, I., “Those who felt differently”, *Granta*, n° 60, 1997; KAISER, R., “The downward view from Olympus”, *British Journalism Review*, 1997, vol. 8, n° 2; SIMMONDS, D., *Princess Di: The national dish*, Pluto, Londres, 1984; y WILSON, E., “The unbearable lightness of Diana”, *New Left Review*, n° 226, 1997. Por otro lado, en numerosos artículos de opinión dedicados a Diana y aparecidos en la prensa nacional e internacional se resalta su figura como mito. Entre ellos, podemos destacar: “Culto a Diana, ya mito” (*Diario de Navarra*, 2 de septiembre de 1997, p. 9); PAGLIA, C., “The Diana cult”, *The New Republic*, agosto, 1992.

(con motivo de la declaración oficial de su noviazgo con el Príncipe Carlos), Diana despertó un gran interés en la prensa y en el público, como posiblemente no había sucedido antes con ningún miembro de la familia real inglesa. Así, como indica Mancini, “La edición del 7 de junio de 1992 del *Sunday Times*, que iniciaba la publicación por capítulos del libro de Morton, incrementó sus ventas en un 21% sobre los 1.143.000 de ejemplares que vendía de media, mientras que en Estados Unidos, *People*, que repitió la operación del *Sunday Times*, alcanzó una difusión récord de 4.001.000 ejemplares”<sup>6</sup>. Además, entre el 30 de agosto y el 6 de septiembre de 1997, *The Sun* aumentó sus ventas en 209.000 ejemplares respecto a la semana anterior y en 201.000 respecto a la semana siguiente; *The Mirror*, las incrementó en 272.000 en comparación con los siete días anteriores, y en 224.000 respecto a la semana siguiente; *Daily Mail* sumó 392.000 números a sus ventas de la semana anterior y 215.000 si lo comparamos con lo que vendió del 6 al 13 de septiembre<sup>7</sup>. Un incremento similar tuvieron los tabloides dominicales *News of the World*, *Sunday Mirror*, *The People*, *Mail on Sunday* y *Sunday Express*<sup>8</sup>.

Según las primeras cifras del British Audience Research Bureau (organismo encargado de controlar la audiencia), 31 millones y medio de personas presenciaron por televisión el funeral de Diana en Gran Bretaña. El 6 de septiembre de 1997, a las 11 de la mañana, el 59% de la población estaba viendo las exequias y un porcentaje también considerable estaba oyendo la radio en el coche o en el trabajo<sup>9</sup>. Estas cifras lo convierten en el acontecimiento televisivo más seguido de la historia de Gran Bretaña<sup>10</sup>. El número de espectadores en otros países europeos fue también extraordinario. Por ejemplo, en Alemania dieciséis millones de personas asistieron en directo al aconteci-

<sup>6</sup> MANCINI, Paolo, op. cit., p. 124. Mancini se refiere a la publicación de MORTON, A., *Diana. Her true story*, Pocket Books, Londres, 1992.

<sup>7</sup> Fuente: Circulation Office, News International Distribution Ltd.

<sup>8</sup> *Ibid.* *News of the World* aumentó sus ventas en 341.859 respecto al domingo anterior; *Sunday Mirror* en 267.000; *The People* en 267.000; *Mail on Sunday* en 33.000; y *Sunday Express* en 104.000.

<sup>9</sup> Cfr. *The Times*, 8 de septiembre de 1997 y *El Mundo*, 9 de septiembre de 1997, p. 53.

<sup>10</sup> El número de personas que presenció por televisión en Gran Bretaña el funeral de Diana de Gales superó incluso al de su matrimonio en directo en 1981 (28.400.000 personas) y fue mayor que el de otros acontecimientos como el funeral de Churchill en 1965 –visto por 19 millones de personas– y el de Lord Mountbatten, por 15 millones (ver en *El Mundo*, 9 de septiembre de 1997, p. 53).

miento a través de las televisiones públicas y privadas, mientras que en Francia también se batieron récords de audiencia: llegaron a ser seis millones y medio de telespectadores<sup>11</sup>. Por lo que respecta a Italia, el 80% de los italianos que aquel sábado tenía el televisor encendido entre las 10,00 y las 13,30 horas vieron las exequias de Diana de Gales. En este país el *share* fue cercano al 76%, lo que corresponde a 11 millones de espectadores, número que llegó a incrementarse en algunos momentos hasta catorce (*share* del 88%)<sup>12</sup>.

### 3. El caso español

Como se ha indicado, los españoles no escaparon a la atracción del acto. No hay que olvidar que la importancia de la elevada audiencia es una clave importante si consideramos, como apunta Entman, que el espacio que los medios de difusión dedican a un acontecimiento constituye la esencia del *framing*, ya que esto contribuye en gran medida a aumentar o disminuir la importancia que tendrá para la opinión pública<sup>13</sup>.

Casi veintitrés millones de telespectadores españoles vieron en algún momento las exequias de Diana de Gales. Esta fue la emisión que acumuló más espectadores en 1997, superando el consumo de televisión de los días 12 y 14 de julio del mismo año, momentos de la manifestación en Bilbao tras el secuestro de Miguel Ángel Blanco y la retransmisión de su entierro, respectivamente<sup>14</sup>.

<sup>11</sup> *Ibid.*

<sup>12</sup> *Ibid.*

<sup>13</sup> Cfr. ENTMAN, Robert M., "Framing U.S. coverage of international news: contrast in narratives of the KAL and Iran air incidents", *Journal of Communication*, nº 41, 1991, pp. 6-27. En este artículo Entman señala lo siguiente: "The essence of framing is sizing -magnifying or shrinking elements of the depicted reality to make them more or less salient. The first and in some ways most critical sizing choice involves the overall salience of the event in the flow of the news. Aside from the words and images used to depict the event, how much material on the event is available, and how prominently is it displayed? This is the event's *importance*. The frame of a news portrait can be enlarged so that media reports may penetrate the consciousness of a mass public that is minimally aware of most specific issues and events. Or the frame can be shrunk to miniaturize an event, diminishing the amount, prominence, and duration of coverage, and thus mass awareness. The frame in this way measures and helps determine a news event's political importance" (pp. 9-10).

<sup>14</sup> Cfr. ABC, 7 septiembre 1997, p. 98.

Según datos de Sofres, cada español vio una media de 45 minutos del funeral de Diana y congregó a una media de 14 millones de espectadores (el 36% de la población). Como recoge *El País*, “Estas cifras son insólitas para una mañana, y sólo pueden hallarse resultados equiparables en la boda de la infanta Elena”<sup>15</sup>. De las cadenas nacionales, la mayor cuota de audiencia la obtuvo TVE1 (30,1%). Tras ella se situó Antena3 (23,9%), seguida de Tele5 (16,8%).

Por otro lado, señala *El Mundo* que, de los diez espacios más vistos en España el día 6 de septiembre, siete giraron en torno a Diana de Gales. Además, los informativos también incluyeron amplios reportajes sobre su entierro<sup>16</sup>.

Por lo que se refiere a los diarios españoles, también realizaron un amplio seguimiento del tema durante la semana que transcurrió del fallecimiento al funeral de Diana. En este período se han recogido 560 artículos procedentes de los tres periódicos nacionales de mayor difusión. Del total de noticias un 21% pertenecían a *El País* (que le dedicó 119 noticias, 17 de media al día); un 34% a ABC (189 noticias, con una media de 27 al día); y 45% a *El Mundo* (252 en concreto, que suponían 36 por jornada). Como se observa, la cobertura que los tres diarios ofrecieron es muy abundante. De entre todos ellos destaca *El Mundo*, que contiene el doble de noticias que *El País* y un tercio más que ABC. Por tanto, se puede concluir que este concedió una especial relevancia a los hechos mencionados. Además, como se verá más adelante —cuando se expongan con más detalle otras dimensiones de los *frames*— *El Mundo* “encuadrará” su actividad noticiosa de una manera característica, diferenciándose en algunos aspectos del resto de los periódicos estudiados.

<sup>15</sup> *El País*, 9 de septiembre de 1997, p. 53.

<sup>16</sup> Los espacios más vistos el sábado 6 de septiembre de 1997 fueron los siguientes: Telediario fin de semana 1 de TVE1 a las 15 h., que dedicó un amplio espacio del funeral; partido R. Betis-At. Bilbao, transmitido por Forta y La 2; el especial “Lady Di, llanto y despedida”, producido por Antena 3; el espacio “Informe Semanal”, de TVE1, que realizó un especial de la princesa; Antena3 Noticias; especial informativo: “Funeral por Diana, princesa de Gales”, de TVE1, emitido a las 9,30 h.; especial informativo de TVE1: “Funeral por Diana, princesa de Gales”, transmitido a las 16,18 h.; Telediario fin de semana 2, de TVE1; cine: “Dos pequeños problemas”, Tele5; y cine: “Todos al suelo”, Tele5. Datos de *El Mundo*, 9 de septiembre de 1997, p. 53.



## Noticias publicadas sobre Diana de Gales (1 al 7 de septiembre de 1997)

	número	porcentaje
El País	119	21
El Mundo	252	45
ABC	189	34
Total	560	100

La amplia cobertura informativa de los diarios españoles viene acompañada por un destacable número de elementos gráficos que sirvieron para complementar las informaciones. Con razón, a Diana de Gales se le ha considerado como una de las personalidades más fotografiadas del mundo<sup>17</sup> y como "la mujer que más ha dado que hablar en los últimos años"<sup>18</sup>, una figura cuya vida privada y pública transcurría por igual ante los medios, a la vista de todos, confundiendo así los límites de la intimidad y la esfera pública del personaje.

Como se ha dicho, en los medios españoles, las informaciones sobre Diana iban acompañadas por un amplio despliegue gráfico. Todos los periódicos estudiados y en porcentajes similares complementaron la mayoría de sus textos con fotografías, gráficos, infográficos o ilustraciones. Así, poseían apoyo de este tipo el 65% de las informaciones de *El Mundo*, el 56% de *El País* y el 30% de *ABC*<sup>19</sup>.

Siguiendo con el análisis de la presentación que realizan los diarios estudiados, se observa que estos medios dedicaron al menos una de sus noticias en primera página al caso "Diana de Gales". En este sentido, destaca de nuevo la importancia que otorgó *El Mundo* al suceso: 15 de sus noticias de

<sup>17</sup> El conde Spencer, hermano de Diana de Gales, la calificó, refiriéndose a la prensa, como "la mujer más perseguida de la historia moderna" (*El Mundo*, 7 de septiembre de 1997, p. 60).

<sup>18</sup> *ABC*, 7 de septiembre de 1997, p. 123.

<sup>19</sup> Por lo que se refiere a este último diario, que es el que aparentemente utiliza en menor medida los recursos visuales, se debe recordar la peculiaridad de su diseño, caracterizado por concentrar todas las fotografías en las primeras páginas de Actualidad gráfica y por el uso en las páginas interiores de algunas ilustraciones. De ahí que para la categoría del código "dos o más fotografías" el porcentaje de *ABC* (23%) sea mucho mayor que el de *El Mundo* (10%) y *El País* (13%), al igual que sucede con la cantidad de ilustraciones (16%, 10% y 2% respectivamente).

portada hacen referencia a Diana, en comparación con las 7 de *El País* (una media de una al día) y las 6 de *ABC*. Respecto a este último medio, se debe recordar que su formato es claramente peculiar. Su diseño de portada hace que el número de noticias que pueden ser incluidas en ella sea menor que en otras publicaciones, lo cual obliga a una mayor selección.

Por lo que se refiere a la extensión de las noticias, se confirma el esfuerzo en la cobertura periodística que realizaron los medios españoles. Un total de 17 noticias, repartidas entre los tres periódicos estudiados, son de más de una página (lo que constituye un 3% de las noticias analizadas). Además, el 24% de las informaciones de los periódicos estudiados son de más de media página; el 20% poseen una longitud de entre dos columnas de media página y media página; y el 53% poseen menos de dos columnas de media página. Se podría concluir que las informaciones sobre este caso son en su mayoría cortas, un rasgo habitual en la prensa española. Sin embargo, el número de artículos de longitud media y larga es muy importante y supera las cifras habituales.

Si comparamos la longitud de las informaciones en los tres periódicos objeto de estudio, se observa que *ABC* contiene los mayores porcentajes de informaciones largas (nos referimos a aquellas de más de media página). En concreto, un 47% de las noticias que dedica a Diana de Gales son de este tipo, frente a un 30% de *El País* y un 11% de *El Mundo*. Además, si comparamos *ABC* con el resto de los periódicos, es el que posee el menor número de informaciones medianas y cortas (un 19% y 34% del total, respectivamente).

En el polo opuesto se sitúa *El Mundo*, que aunque es el que dedica el mayor número de informaciones al suceso, estas son sobre todo cortas (69% del total) y medianas (19% del total). Este rasgo puede venir explicado en parte por la preferencia de este medio al despiece de las informaciones, marcado en cierta medida por el diseño del periódico. Además, posee el menor porcentaje de noticias largas.

Por lo que respecta a *El País*, éste se sitúa en una posición intermedia entre *ABC* y *El Mundo*: posee menos informaciones largas que *ABC*, pero más que *El Mundo*; y dedica menos artículos cortos a Diana de Gales (un 46%) que *El Mundo*, pero más que *ABC*.

El esfuerzo en la cobertura informativa se aprecia también en el número de corresponsales y enviados especiales a los puntos donde se desarrolló la mayor parte de la actividad noticiosa, París y Londres. Sin embargo, se puede decir que cada uno de los tres medios nacionales estudiados cubrieron de distinta manera el acontecimiento (véase la tabla "Fuentes de la información").

Por un lado, la información de *El País* se caracterizó por un uso masivo de enviados especiales y corresponsales (el 52% de los artículos que publicó estaban firmados por uno de esos dos tipos de reporteros). Al comparar este tipo de cobertura con la del resto de los medios analizados se podría decir que *El País* es más “descriptivo” en el sentido de que privilegia la información generada en el lugar de origen (crónicas de ambiente, reacciones populares, etc.) frente a otras.

Por otro lado, en el polo opuesto se sitúa *El Mundo*, quien realizó una cobertura que se podría calificar más “analítica”, caracterizada por un alto porcentaje de artículos firmados por expertos consultados por el medio y columnistas habituales. Así, sólo el 24% de las informaciones publicadas están escritas por corresponsales o enviados especiales, porcentaje superado por las noticias firmadas por expertos y columnistas (33% frente a 17% de *El País*).

ABC se sitúa en una posición intermedia entre las que hemos denominado “descriptiva” y “analítica”, aunque con una tendencia mayor hacia la primera de ellas. Utiliza en un 36% de los casos a corresponsales y enviados especiales (en mayor medida que *El Mundo*, pero sin alcanzar la cifra de *El País*). Este medio se caracteriza también por un alto porcentaje de noticias escritas en la propia redacción del periódico.

#### Fuentes de la información (en porcentajes)

	El País	ABC	El Mundo
Corresponsales y enviados especiales	52	36	4
Periodistas de la Redacción	10	29	21
Expertos y columnistas	17	17	33
Agencia	15	16	1
Otro	6	2	21

Los dos tipos de enfoques a los que nos acabamos de referir vienen corroborados en gran medida cuando se analizan otras variables objeto de estudio: el estilo de los titulares, el número de artículos editoriales y de opinión, y la sección en la que se “encuadran” las noticias sobre Diana de Gales.

Respecto a la primera de las características que se acaba de mencionar, el estilo de los titulares, llama poderosamente la atención que el 41 % de los publicados por *El Mundo* sean de tipo interpretativo<sup>20</sup> frente a un 17 % de ABC para la misma categoría.

Por lo que se refiere al número de editoriales y artículos de opinión sobresale de nuevo el caso de *El Mundo*: el 23% de las informaciones que publica sobre Diana de Gales pertenecen a estos géneros, frente al 16% de ABC y el 17% de *El País* para las mismas categorías.

Finalmente, *El Mundo* también se diferencia del resto de los diarios estudiados en la sección en la que mayoritariamente recoge las informaciones sobre Diana: en páginas especiales (27%), en Sociedad (23% del total que publica este medio) y en las páginas de opinión (19%). Frente a la posición de *El Mundo*, los demás medios, ABC y *El País*, incluyeron la mayor parte de las noticias dentro de la sección de Internacional en un 54% y un 70% de los casos respectivamente.

#### 4. Framing de la personalidad de la princesa: las dimensiones del personaje

El fallecimiento de Diana de Gales despertó en la opinión pública internacional (como ya había sucedido durante su vida) una oleada de apasionados sentimientos. Su cercanía al pueblo inglés y a la opinión pública mundial la convirtieron en un símbolo de la sociedad británica, capaz de atraer la atención desde múltiples puntos de vista. Así, pocas horas después de recibir la noticia del fallecimiento de la princesa, el primer ministro británico, Tony Blair, definía a Diana como “un ser humano maravilloso y sensible”. Y continuaba diciendo: “Como cualquier otra persona en el país hoy estoy completamente hundido en la tristeza (...). Ella era la Princesa del Pueblo y así es como se la recordará y permanecerá en nuestros corazones y recuerdos para siempre”<sup>21</sup>. Él fue quien popularizó con estas declaraciones el término

<sup>20</sup> Se han considerado como titulares interpretativos aquellos en los que se expresaba claramente un punto de vista o una opinión, y no se limitaban simplemente a enunciar o a describir la información. Sirvan como ejemplo los siguientes: “Repudiables paparazzi” (*El Mundo*, 2 de septiembre de 1997, p. 3); “Diana y los perros de presa” (*El Mundo*, 5 de septiembre de 1997, p. 23); o “Ni una lágrima en Balmoral” (*El Mundo*, 4 de septiembre de 1997, p. 16).

<sup>21</sup> *The Sun*, 1 de septiembre de 1997.

“Princesa del pueblo”, y quien eligió como lectura en el funeral de Diana en la Abadía de Westminster el pasaje de la primera Epístola de San Pablo a los Corintios, dedicada al amor. Como recogía la prensa, “amor” fue la palabra más repetida durante las exequias de Diana, seguida de “compasión”<sup>22</sup>, con clara referencia a su labor caritativa y humanitaria.

Por otra parte, el cantante británico Elton John con la versión de su tema “Candle in the wind”, entonada durante la ceremonia fúnebre, consagró otra de las denominaciones más conocidas con las que se alude a la princesa: “Rosa de Inglaterra”. Los primeros versos de su canción –que, tras las exequias, alcanzaría grandes ventas– eran: “Adiós, Rosa de Inglaterra; no dejes de crecer en nuestros corazones”<sup>23</sup>.

Con estas y otras denominaciones con las que todavía hoy –casi dos años después– se conoce a Diana de Gales, se podrían hacer diferentes tipos de clasificaciones. Tomando términos usuales en Psicología Social, sería posible, por ejemplo, destacar aquellas que poseen un carácter “simbólico”, como las mencionadas “Rosa de Inglaterra” y “Princesa del pueblo” (esta última hace directamente referencia a su cercanía a todas las personas, incluidas las más necesitadas e indirectamente a los deseos de modernización de la monarquía presentes en la opinión pública británica<sup>24</sup>). Lo mismo cabe decir de otra que aparece también con cierta frecuencia en los medios de difusión, “Reina de corazones”<sup>25</sup>. Por otra parte, es también habitual encontrar en la prensa diminutivos de Diana, como “Di”, “Lady Di”, o referencias a su persona que revelan una gran familiaridad con el personaje, poco frecuentes respecto a otras personas de su rango. A este conjunto las denominamos “afectivas”. Por último, los diarios también recogen denominaciones “objetivas” como “Diana Spencer”, “Diana de Gales” o “Princesa de Gales”.

La clasificación a la que se acaba de hacer referencia aporta diferentes *frames* que utilizan los medios españoles cuando se enfrentan a Diana de Gales. En este sentido, llama la atención el alto porcentaje que encontramos en los medios españoles de lo que hemos llamado denominaciones “afectivas”, frente a las “simbólicas” y las “objetivas”. Y es que, como señala I. Jack,

<sup>22</sup> *Diario de Navarra*, 7 de septiembre de 1997, p. 29.

<sup>23</sup> *Ibid.*, p. 27.

<sup>24</sup> Véase MANCINI, *op. cit.*, pp. 106–111.

<sup>25</sup> Véase, por ejemplo, el editorial titulado “De princesa de Gales a reina de corazones”, *El Mundo*, 1 de septiembre de 1997, p. 3.

en este suceso nadie podía ser objetivo o escéptico ya que se le hubiera acusado de no tener sentimientos<sup>26</sup>. Este autor señala con acierto que, en el caso del funeral de Diana de Gales, se puede hablar de espiral del silencio tal como la define Noelle-Neumann<sup>27</sup>. A este respecto Mancini apunta lo siguiente:

No sólo existen datos empíricos que corroboran esta interpretación, sino que se puede formular la hipótesis de que, frente a un duelo que los medios de difusión tendían a diseñar como unánime, muchos se sintieron empujados y a la vez tranquilizados participando en él. La tendencia al conformismo, a adaptarse al "consenso aparente" fue efectiva<sup>28</sup>.

¿Cómo enfocó la prensa española la personalidad de Diana? Prevalció la familiaridad a la hora de referirse a Diana Spencer. *El País* y *El Mundo* prefirieron las denominaciones "Diana" (en el 60% y el 40% de los casos, respectivamente) o "Lady Di" (en un 7% y un 22% de sus informaciones respectivamente). Sin embargo, *ABC* se ha inclinado por referencias más formales. Así, en el 49% de los casos se ha referido a Diana Spencer como "Diana, princesa de Gales" y prácticamente sólo en los titulares (donde el espacio está más limitado) y en los escritos firmados por sus columnistas, ha hecho uso del término "Diana". Las alusiones a "Diana de Gales" en *El País* y *El Mundo* han sido significativamente menores (8% y 5% respectivamente).

Acerca de las referencias que hemos llamado "simbólicas", comprobamos que su empleo resultó escaso (apenas suman el 2% en el conjunto de los diarios). Sin embargo, un análisis de tipo cualitativo revelaría una presencia mucho mayor en los textos, aunque no fuera como denominación más utilizada. Por otra parte, términos como "Rosa de Inglaterra" se popularizaron después del funeral, tras la intervención de Elton John, y, por tanto, están fuera del período de estudio. Aún así, todos los medios seleccionados destacan como denominación principal, al menos una vez, "Rosa de Inglaterra".

Por otro lado, tras su muerte, Diana acaparó el interés y la atención de la prensa española, en primer lugar, por lo que representaba: había sido –y se le

<sup>26</sup> Cfr. JACK, I., op. cit., p. 17.

<sup>27</sup> NOELLE-NEUMANN, E., *The spiral of silence. Public opinion—Our Social Skin*, The University of Chicago Press, Chicago 1984.

<sup>28</sup> MANCINI, P., op. cit., pp. 149–150.

segua considerando como tal— un miembro de la familia real británica (ex—mujer del heredero, madre de un futuro rey, una princesa de “cuento de hadas y romance”<sup>29</sup>). Por tanto, su relación con la monarquía constituye una de las primeras razones que tienen los medios para fijarse en su figura. Así, de las informaciones que resaltan algún aspecto específico de su personalidad (las categorías empleadas se incluyen en la Tabla “Los enfoques de la personalidad de Diana de Gales”, que aparece más adelante), un 13% se centran en su vida como princesa de Gales. Sin embargo, Diana Spencer parece representar para la opinión pública sobre todo una serie de valores. De ahí que su faceta como promotora de actividades benéficas y embajadora de su país en el extranjero sea la más destacada por los medios (un 16% en total), superando incluso a la de princesa de Gales. Y es que, después de su separación del Príncipe Carlos de Inglaterra, su vida continuó teniendo mucho atractivo para el pueblo y los medios. Se puede decir, como destacó *El Mundo* en un editorial, que conocimos a dos Diana Spencer:

En menos de veinte años, la opinión pública mundial ha conocido a dos Diana Spencer. La primera (...) fue la princesa de la boda del siglo, contemplada por más de 700 millones de espectadores; la sonriente madre de Harry y William... y pocos años después, la atormentada, la hundida princesa (...). Vino luego el aparatoso estallido público de la crisis matrimonial, la separación que desembocaría en divorcio... y con él, la aparición de una nueva Diana Spencer, liberada de ataduras, independiente, obviamente más alegre, dedicada a vivir su vida y a defender las causas más dispares, abrazadas sin más criterio que el de su hondo sentimiento<sup>30</sup>.

Por otro lado, en un número también significativo de informaciones se destaca su papel de madre (9%) y su belleza exterior y personal (9%). Así, parece que, tras su muerte, las críticas a las que había sido sometida parecen haberse disipado en gran medida: sus relaciones extramatrimoniales (que todavía aparecen destacadas como aspecto principal de su vida en el que se centra la información en un 7%); su vida frustrada y su inestabilidad emocional (3%); y otros aspectos que podrían considerarse más superficiales,

<sup>29</sup> Cfr. BALZ, D., “Llorar por Diana en el mundo”, *Diario de Navarra*, 3 de septiembre de 1997, p. 9.

<sup>30</sup> *El Mundo*, 1 de septiembre de 1997, p. 3. De estas dos Dianas habla también el artículo de opinión de Balz aparecido en *Diario de Navarra*: BALZ, D., op. cit.

como sus relaciones con famosos y con el mundo de la moda (éstos aparecen en un 4% de las informaciones). Así, se deja atrás también la imagen superficial de Diana.

Estos rasgos de la personalidad de Diana, analizados por medios, revelan diferentes enfoques de la realidad (véase Tabla “Los enfoques de la personalidad de Diana de Gales”). Por un lado, *El País* se fija muy especialmente en su papel como madre y en la relevancia de sus actividades benéficas, es decir, en su faceta más personal. Por otra parte, *ABC* destaca también sus acciones caritativas, en un porcentaje similar a *El País* y el resto de sus informaciones se centran sobre todo en aspectos de su vida como princesa y su belleza.

Frente a estas caracterizaciones, la manera de “encontrar” la figura de Diana de Gales que realiza *El Mundo* es claramente diferente. En primer lugar, destaca sobre todo su vida como princesa y en segundo lugar, insiste por igual tanto en sus relaciones extramatrimoniales como en sus actividades benéficas.

#### Los enfoques de la personalidad de Diana de Gales (en porcentajes)

	El País	ABC	El Mundo
Actividades benéficas y embajadora de GB	24	38	19
Madre	30	7	12
Relaciones con famosos	7	7	6
Relaciones extramatrimoniales	5	5	18
Vida como princesa	14	15	31
Vida frustrada	9	5	2
Inestabilidad emocional	2		
Belleza física y personal	9	23	12

#### 5. Los “enfoques” del comportamiento de los paparazzi y la prensa

Si la Princesa de Gales resulta una figura mundialmente conocida es en gran medida por la actividad de los medios de comunicación, que hicieron de ella objeto apetecido de sus informaciones. Tanto para bien como para mal,



su existencia estuvo íntimamente ligada a la actividad llevada a cabo por la prensa y, sobre todo, por la televisión. La resonancia que adquiriría cualquier detalle que tuviera que ver con ella desembocó en una persecución continua, de modo especial por parte de los cazadores de instantáneas comprometidas, los famosos *paparazzi*. Como señaló el conde Spencer tras el trágico accidente, la estrecha relación de Diana con la prensa marcó su vida hasta el final<sup>31</sup>.

Sería prolijo hacer una siquiera breve relación de todos los conflictos entre la Princesa y los *paparazzi*<sup>32</sup>. A continuación nos centraremos únicamente en cómo fue presentada, en los medios españoles analizados, la actuación de los reporteros gráficos y de los medios de difusión en general. Comentaremos, en primer lugar, los resultados que se refieren a los escritos en los que la prensa y los *paparazzi* son los protagonistas principales de la información, y luego se expondrá cuál fue la valoración que recibieron. Para ello nos apoyaremos en los resultados de la variable "protagonista principal del escrito" del código utilizado para el análisis de contenido.

#### Protagonistas de las informaciones

(en porcentajes sobre el total de las informaciones analizadas)

Diana de Gales	45
Hijos de Diana de Gales	6
Familia Spencer	3
Dodi Al Fayed	3
Familia Real inglesa	11
Familia Al Fayed	2
Guardaespaldas y conductor	4
Paparazzi y prensa	20
Pueblo inglés	6

Respecto al primer punto, referido al protagonismo que se les concede a los medios y a los *paparazzi* en las informaciones analizadas, llama la atención

<sup>31</sup> El Conde Spencer, hermano de Diana de Gales, declaró, pocas horas después de la muerte de ésta: "Siempre pensé que la prensa la mataría (...) tienen las manos manchadas de sangre" (ABC, 1 de septiembre de 1997).

<sup>32</sup> Puede verse en el libro de FRANKLIN, B., *Newszack and news media*, Arnold, London, 1998, pp. 218-222. Este autor relata las malas relaciones entre la prensa sensacionalista y la Princesa de Gales.

que, en los tres diarios estudiados, éstos se encuentran en un lugar relevante: en concreto, ocupan el segundo lugar en importancia. Naturalmente, es Diana de Gales la que acapara la atención en primer lugar. Como se observa en la tabla de la página anterior, los profesionales de la comunicación son protagonistas en el 20% del total de las informaciones. Son, de un modo muy claro, los que siguen más de cerca a la figura principal, desde el punto de vista informativo.

Al comparar los tres diarios estudiados, nos encontramos que todos dedican a la prensa y los *paparazzi* porcentajes similares de artículos (18% *El País*, 19% *ABC* y 20% *El Mundo*).

En cuanto a la valoración de los *paparazzi* que realizan los periódicos nacionales, hay que señalar que, como ocurre habitualmente, la pauta general es la de neutralidad. Sin embargo, este modelo se rompe en ocasiones y podemos decir que el tratamiento informativo que recibieron los profesionales de la información implicados en el caso fue más negativo que lo habitual<sup>33</sup>. Parece que, en el juicio de conjunto, se impone la conclusión de que los medios no salieron en defensa de los colegas, sino que se convirtieron en cauce para una crítica que era más o menos generalizada.

Al estudiar la actitud por diarios podemos encontrar diferencias de comportamiento, como muestra la tabla siguiente.

#### Valoración de los *paparazzi* (en porcentajes)

	El País	El Mundo	ABC
Negativa	68	36	34
Positiva	7	7	6
Neutra/Ambigua	25	57	60

Como se puede apreciar, *El País* es el medio que valora más negativamente la actuación de los *paparazzi* y la prensa sensacionalista en todo el proceso. Por su lado, *ABC* y *El Mundo* presentan un comportamiento parecido.

Por otro lado, no obtendríamos una perspectiva adecuada de cómo se enfrentó la prensa española ante el protagonista que nos ocupa si no analizá-

<sup>33</sup> Sirvan como ejemplo los siguientes titulares aparecidos en la prensa española: "Repudiables *paparazzi*" (*El Mundo*, 2 de septiembre de 1997, p. 3); y "Diana y los perros de presa" (*El Mundo*, 5 de septiembre de 1997, p. 23).

ramos las causas del accidente que aparecen en los medios. Dentro de los posibles causantes del accidente aparecían menciones al conductor (se desató la polémica acerca de si había o no bebido) y también al propio vehículo (un fallo podía haber explicado el choque). Pero la mayoría de las acusaciones se centraron en los *paparazzi*; en concreto en el 39% de los casos en que se hace referencia a esta cuestión son ellos los señalados. En este sentido, los *paparazzi* fueron presentados ante la opinión pública como los causantes inmediatos de la muerte de Diana de Gales.<sup>34</sup>

En un análisis más pormenorizado nos encontramos que *El País* y *ABC* son los medios que señalan con más frecuencia a los reporteros gráficos como causantes del accidente (en el 53% y el 47% de las informaciones en las que se habla responsabilidades, respectivamente); en sentido contrario, *El Mundo* presenta un porcentaje notablemente inferior a los otros dos diarios (28%).

Podemos concluir, por los datos aportados, que el enfoque de los escritos que tenían como protagonistas a los medios de comunicación y a los *paparazzi* presentaban un sesgo negativo, pues así se calificaba su actuación. Además, como se ha visto, la valoración negativa de los reporteros gráficos y los periódicos sensacionalistas en la prensa diaria española se ve reforzada por otras variables del estudio, como es la "causa" principal que se apunta del fallecimiento de Diana y de sus acompañantes.

<sup>34</sup> Así, por ejemplo, las taxativas acusaciones de Helmut Kohl a la prensa aparecieron en la mayoría de los periódicos españoles, nacionales y regionales. El canciller alemán afirmó, después de conocer la tragedia, lo siguiente: "La princesa Diana se había convertido en víctima de la cada vez más brutal y sin escrúpulos, de la competitiva lucha entre los medios" (VÁZQUEZ, Francisco, "Acosamiento y privacidad", *Diario de Navarra*, 3 de septiembre de 1997, p. 9; y *ABC*, 2 de septiembre de 1997, p. 34). Por otro lado, los propios periodistas españoles son muy críticos con el comportamiento de algunos de sus compañeros y con la sociedad contemporánea. Así, en un artículo de opinión de *ABC*, titulado significativamente "Basuras", se plantea la cuestión del siguiente modo: "¿Son culpables los reporteros que la perseguían de su muerte? Al menos, de su angustia, sí. Vivía acorralada por una Prensa repugnante que sirve a la demanda de una sociedad cínica e imbécil (...). Lamento profundamente la tragedia de una mujer joven que muere por huir de la jauría rosa. Lamento que exista ese periodismo. Pero, aún más, lamento que, en las puertas del siglo XXI, todo esto interese. Como siempre, el que acierta es Antonio Mingote. Guarden su dibujo de *ABC* del pasado lunes, 1 de septiembre. Cuatro mujeres que todos conocemos —podrían ser de nuestra familia—, comentan en la peluquería la muerte de Diana Spencer. Y una de ellas dice: 'Tengo la sensación de que somos nosotras las culpables'" (*ABC*, 3 de septiembre de 1997, p. 16).

## 6. Los "enfoques" de la familia real inglesa

Tras los *paparazzi* fue la Casa Real inglesa la que recibió más ataques por parte de los ciudadanos y de los medios de comunicación<sup>35</sup>. En este caso, tanto por el tipo de relación con Diana de Gales como por las circunstancias, el escenario era completamente distinto. Antes de la muerte de Diana de Gales, la Casa Real había sido objeto de crítica a propósito de su reacción hacia la princesa después de su crisis matrimonial. Los juicios acerca de su actitud frente Diana también dividían a la opinión pública. Pero en los días posteriores al accidente fatal se generó un clima popular de distanciamiento y reprobación de su conducta. Esa visión fue tanto reflejada como alentada por unos periódicos que presentaban el desdén y el desprecio de la familia real hacia una persona que parecía haber sido la única en acercar la institución monárquica al pueblo.

Es, por tanto, este punto uno de los que poseen un mayor interés a la hora de enfrentarse con la cobertura informativa de esa semana. Vamos a centrarnos en cuáles fueron las valoraciones que se hicieron, primero en cifras globales y luego por medios.

El nivel de rechazo o de valoraciones negativas es inferior al que hemos visto que se dio a los *paparazzi*; hay menos noticias negativas y muchas más positivas, como cabía esperar de una institución tan característica de aquel país.

En cualquier caso también se muestra que el porcentaje de noticias positivas es menor que el de las negativas (11% frente a 33% del total de las informaciones recogidas). El porcentaje restante corresponde a las informaciones ambiguas o neutras (56%). Se ve, por lo tanto, que no tuvo un tratamiento que siguiera las pautas habituales en este tipo de estudios.

Más interesante para nosotros es la comparación de la cobertura que ofrecieron cada uno de los periódicos, pues en algún caso apreciamos diferencias significativas, como muestra la tabla siguiente.

<sup>35</sup> Así, por ejemplo, en un artículo de *El Mundo* se define a Diana como "enemiga de la Casa Real" y se destaca en el subtítulo: "Con la muerte de la princesa de Gales, la Monarquía británica se libra de un fantasma a combatir. Sin embargo, su mito puede ser más difícil de vencer ahora" (*El Mundo*, 2 de septiembre de 1997, p. 11).

## Valoración de la familia real inglesa (en porcentajes)

	El País	El Mundo	ABC
Negativa	51	31	18
Positiva	3	4	30
Neutra/Ambigua	46	64	52

En cuanto a la valoración positiva destaca por encima de todos el periódico monárquico español por antonomasia: ABC. Este medio de difusión dedica varios de sus editoriales y artículos de opinión durante la semana de estudio a la defensa de la monarquía británica<sup>36</sup>.

Por lo que se refiere al resto de los diarios estudiados, las valoraciones negativas superan de manera muy significativa el número de las positivas. Por tanto, puede afirmarse que en la mayoría de los diarios analizados la comparación entre lo positivo y lo negativo se desplaza hacia este último aspecto. No hay duda de que la impresión general que podía quedar en los lectores era de rechazo o por lo menos alejamiento de las personas de la familia real británica.

Por otro lado, al analizar los temas de las informaciones destacan principalmente, como es lógico, el accidente que costó la vida a Diana, los preparativos para su funeral, las reacciones de condolencia y su biografía. Junto a estos asuntos de interés se perfilan claramente otros dos, a los que nos acabamos de referir y que son objeto de duras críticas: los *paparazzi* y la monarquía inglesa. En este sentido, como muestra la tabla siguiente, el caso de *El Mundo* es paradigmático, ya que destaca como tema principal de sus informaciones, en primer lugar, la prensa gráfica (19%).

<sup>36</sup> Sirva como ejemplo de la postura de ABC ante las críticas a la monarquía inglesa el siguiente texto perteneciente a un artículo editorial: "Sería profundamente injusto tachar de insensibles a la Familia Real británica por su severo atemimiento aparente de estos días a las exigencias de una liturgia de Estado, cuyas formas y ritos vienen sabiamente sedimentadas por tradiciones multiseculares. Desde su divorcio, Diana había dejado de pertenecer a la Familia Real y la deferente conservación del título de Princesa se explica en virtud de su inextinguible condición de madre de un futuro Rey. De ahí la impropiedad de hablar de una ceremonia de Estado. Pero el caudaloso sentimiento popular ha desbordado este rigorismo. Y la Soberana británica ha acertado a interpretar el sentir de su pueblo, al dar testimonio público de su pesar, de la compartida solidaridad con el duelo que embarga al pueblo inglés. Y es que la grandeza y virtualidad de las monarquías reside en su capacidad de integrar los elementos de permanencia y tradición que las definen con el instinto democrático de encarnar y expresar las emociones de un pueblo" (ABC, "Isabel II en televisión", 6 de septiembre de 1997, p. 17).

Por lo que respecta a *El País*, este diario también resalta de forma especial el papel jugado por los fotógrafos en la vida de Diana, aunque sin alcanzar cifras tan extraordinarias como las de *El Mundo* (13% como tema principal). Sin embargo, esta cifra se ve superada por el espacio que dedica a los preparativos del funeral y a la biografía de Diana.

Finalmente, *ABC* dedica sus informaciones, en porcentajes similares, a tratar el tema del funeral (12%), el perfil de Diana (12%), las reacciones de condolencia procedentes de todo el mundo (11%) y el comportamiento de la prensa gráfica (10%).

### Temas principales de las informaciones (en porcentajes)

	El País	El Mundo	ABC
Accidente	8	12	6
Funeral	19	14	12
Biografía de Diana	13	11	12
Los paparazzi	13	19	10
Hijos de Diana	7	3	2
Monarquía inglesa	9	8	8
Familia Spencer	2	1	2
Familia Al Fayed	3	3	2
Condolencia del pueblo inglés	8	3	8
Condolencia procedente del resto del mundo	5	7	11
Investigación judicial sobre el accidente	5	3	3
Debate sobre el derecho a la intimidad	1	2	7
Otros	7	14	17

### 7. A modo de conclusión: un ejemplo singular de framing

Como se ha podido observar, el caso del fallecimiento de Diana de Gales muestra unos rasgos peculiares que nos llevan a comprender con mayor pro-

fundidad algunos mecanismos que guardan relación con la teoría del *framing*. En este sentido, lo primero que llama la atención es la enorme resonancia en la prensa que tuvieron, a escala mundial, su muerte y funerales. Los dos acontecimientos hicieron que se dispararan las cifras de audiencia de televisión y la cantidad de ejemplares de diarios y semanarios vendidos. No cabe duda de que el fatal accidente de Diana de Gales constituyó uno de los acontecimientos principales (no sólo en Gran Bretaña y en España, sino en todo el mundo) del año 1997. Ello se debe, en gran parte, a la atención que la prensa prestó a los hechos y a su manera de presentarlos ante su audiencia. Una presentación de lo sucedido que, aunque distinta según los medios, resaltaba algunos aspectos clave y que contribuyó a crear un determinado clima de opinión pública. En este sentido se puede hablar también de "espiral del silencio" respecto al fallecimiento y funeral de Diana de Gales, ya que, en la práctica, los medios de difusión impusieron sus propias consideraciones sobre otras posibles, por lo que indujeron a determinadas actitudes que parecían ser mayoritarias, como la exaltación de la figura de Diana (se llegó a hablar incluso de "un acto de beatificación popular") y las acusaciones a los reporteros gráficos y a la monarquía inglesa.

Desde cierta perspectiva, este mismo fenómeno puede interpretarse en términos de la teoría del *framing*: una cobertura tan intensa y extensa contribuye sin duda a resaltar distintos aspectos la realidad, que pueden ser más o menos acusados según el medio de difusión del que se trate. En el presente estudio se aportan datos que indican que la atención prestada fue excepcional, que hubo una auténtica avalancha informativa. De ahí que pueda decirse que la figura de Diana de Gales apareció destacada por encima de otros intereses informativos de esos días. Es, desde esta perspectiva, desde la cual podemos afirmar que los medios orientaron la atención de la opinión pública hacia un tema determinado.

Un segundo aspecto destacable dentro de la cobertura informativa de aquellos días tiene que ver con el hecho de que la visión que aportaron los distintos diarios estudiados, aunque coincidente en algunas pautas generales, fue diferente. Este hecho constituye una comprobación práctica de cómo una misma realidad puede ser abordada desde diversos puntos de vista y de que está en gran medida influida por el estilo editorial, el diseño y la manera de informar de cada periódico. Así, al comparar los distintos medios, se observa, por ejemplo, que la cobertura que realiza *El Mundo* es muy superior a la del resto de los diarios. En concreto, contiene el doble de noticias que *El País* y un tercio más que *ABC*. Por tanto, se puede concluir que, para este periódico, el evento tenía una especial relevancia. Sin embargo, se debe matizar

que, a pesar de la abundancia de noticias contenidas en *El Mundo*, éstas son sobre todo de longitud corta, mientras que las de ABC son largas y las de *El País* medianas. De ahí que el espacio que dedican los tres periódicos a Diana de Gales durante la semana de estudio tienda a equilibrarse.

Por otro lado, se ha comprobado que la postura de *El Mundo* es más “analítica”, si consideramos como tal el alto porcentaje de artículos firmados por expertos y columnistas, la cantidad de titulares interpretativos que posee, y el número de artículos de opinión dedicados al acontecimiento. En este sentido, *El País* es claramente diferente y por eso le hemos calificado de más “descriptivo”, entendiendo por ello la presencia mayoritaria de artículos firmados por corresponsales y enviados especiales (sobre todo, crónicas de ambiente y descripción de las diferentes reacciones), el predominio de los titulares de tipo informativo, la escasa presencia de artículos de opinión y la situación de las informaciones sobre todo en la sección de Internacional. Por otro lado, ABC se sitúa en una posición intermedia, aunque posee una tendencia mayor a la que hemos denominado “descriptiva”.

Además, la manera de “encuadrar” la figura de Diana de Gales que realiza *El Mundo* es claramente diferente al resto de los diarios. Se podría decir que muestra a dos Dianas, una representativa de su vida pública y la otra de su vida privada. Así destaca, en porcentajes similares, sus acciones en favor de los desprotegidos y sus relaciones extramatrimoniales, mientras que los otros dos medios se centran sobre todo en sus actividades benéficas. Por otro lado, *El Mundo* también se distingue al resaltar como tema destacado de sus informaciones el papel jugado por la prensa gráfica en todo el proceso, por encima de *El País* y ABC.

Para terminar con las diferencias más reseñables halladas entre los tres diarios estudiados, hemos de citar la diversidad de denominaciones que recibe Diana. *El País* y *El Mundo* se caracterizaron por la familiaridad, haciendo prevalecer así su cercanía a la opinión pública, y se refirieron a ella principalmente como “Ladi Di”, “Di” o, simplemente “Diana”. Sólo ABC se decantó por unas alusiones más formales y en cierto modo más neutrales –ateniéndose al lugar dentro de las instituciones que ocupó durante un período de su vida–, como es “Diana, princesa de Gales”. Pero aquí no acaban las peculiaridades de ABC. Frente a las críticas que recibió la Familia Real inglesa durante todo el proceso y que quedan reflejadas en *El País* y *El Mundo*, ABC, en consonancia con su línea editorial, realizó abiertamente una defensa de la monarquía británica.

El tema aquí analizado no posee, en principio, una fuerte carga política, ni obliga a una toma de postura que pudiera animar a los medios españoles a



una confrontación ideológica. Por ello, cabe suponer que las diferencias entre los diarios se mueven en un terreno diferente. De ahí que se pueda concluir que la existencia de diversos "enfoques" de la realidad en los medios constituye una muestra de que es inevitable que se utilicen, ya que, en la conformación de las ideas centrales configuradoras de los mensajes, se muestran las diferentes actitudes profesionales y la diversidad cultural de las empresas informativas. Así, podemos decir, que los criterios estrictamente periodísticos (la selección de noticias, la presentación y el tratamiento de los elementos informativos presentes) se podrían traducir en términos de *framing*: la personalidad de cada uno de los diarios queda puesta de manifiesto en el modo de trabajar. Lo que llevamos dicho no supone, en cualquier caso, que olvidemos la orientación ideológica, política, religiosa, etc. de cada uno. Pero incluso si se diera el caso hipotético de una uniformidad completa en ese terreno, la necesidad de ofrecer un producto informativo diferenciado del de la competencia llevaría a buscar y hallar un enfoque distinto, que sirviera como elemento para atraer a los lectores, manteniendo a la vez el estilo habitual.

En tercer lugar, el caso analizado resulta especial en términos de *framing*. La elaboración del código descansaba en la idea de establecer categorías que ayudaran a descubrir los diferentes modos en que el público podía enfrentarse a Diana de Gales, objeto central de la información. La popularidad de su figura fue la causa de que se conocieran muchos aspectos de su vida, y además relativamente variados; de ahí que las opiniones sobre su persona y actuación pudieran contar con muchos más elementos de juicio que en otros casos. La razón es que, pocas otras figuras populares que atraen también la atención informativa y que poseen "tirón popular" (procedentes de la política, el deporte, el cine o la canción) han estado tan expuestas a la acción de los medios. Por lo tanto, la abundancia de conocimiento hace posible la existencia de más enfoques diferentes. Además, a la indudable popularidad de Diana Spencer se añaden otras grandes cuestiones con las que la fallecida guardaba estrecha relación, ya que la muerte de Diana de Gales hizo tambalearse dos instituciones, tan características de la sociedad británica y a la vez tan cuestionadas, como la monarquía inglesa y la prensa sensacionalista.

Copyright of *Comunicacion y Sociedad* is the property of Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra, S.A. and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.