

La canonización de Juan XXIII y Juan Pablo II. Tratamiento informativo en la prensa española

Manuel Jesús Cartes Barroso, **Universidad de Sevilla**
cartesbarroso@us.es

Recibido: 28/10/2016 • Aceptado: 18/11/2016 • Publicado: 21/12/2016

Cómo citar este artículo: Cartes Barroso, M. J. (2016). La canonización de Juan XXIII y Juan Pablo II. Tratamiento informativo en la prensa española. *Sphera Publica*, 2, (16), 24-38

RESUMEN

La información sobre el hecho religioso viene siendo publicada ampliamente en los medios de comunicación. Este tipo de información especializada, por su especial interés, forma parte de la agenda de los medios, estando presente de forma habitual en las diferentes áreas de sección periodística. Y cobra aún mayor relevancia cuando se refiere a sucesos o acontecimientos de índole religiosa con notable impacto mundial, como el que abordamos.

Esta investigación analiza el tratamiento informativo sobre la canonización conjunta de Juan XXIII y Juan Pablo II en la prensa generalista de España. El objetivo principal es analizar la cobertura informativa dedicada a las canonizaciones papales, conocer qué grado de importancia tiene en cada uno de los diarios y cómo se aborda internamente. La metodología aplicada es el análisis de contenido, que nos permite examinar los textos periodísticos relacionados con el tema de estudio presentes en los diarios *ABC*, *El Mundo*, *El País* y *La Razón*, en el periodo comprendido entre el 24 y el 30 de abril de 2014.

PALABRAS CLAVE

Información religiosa, análisis de contenido, canonización, Juan XXIII, Juan Pablo II

The canonization of John XXIII and John Paul II. News coverage in the Spanish press

Manuel Jesús Cartes Barroso, **Universidad de Sevilla**
cartesbarroso@us.es

Received: 28/10/2016 • Accepted: 18/11/2016 • Published: 21/12/2016

How to reference this paper: Cartes Barroso, M. J. (2016). La canonización de Juan XXIII y Juan Pablo II. Tratamiento informativo en la prensa española. *Sphera Publica*, 2, (16), 24-38

ABSTRACT

Regularly, religious information is widely published in the media. Because of its interest, this type of specialized information features within the media agenda and is usually present in various journalistic sections. When referring to issues or events with a remarkable global impact, religious information even achieves more relevance, as the case considered here.

This paper analyses the informative treatment of the joint canonizations of John XXIII and John Paul II in the Spanish generalist press. It seeks to examine the coverage dedicated to papal canonizations, the importance assigned to them in various newspapers and how they are internally addressed. The methodology applied consists of content analysis, which enables to explore the journalistic texts on the issue as presented in the newspapers *ABC*, *El Mundo*, *El País* and *La Razón* between 24th and 30th April 2014.

KEY WORDS

Religious information, content analysis, canonization, John XXIII, John Paul II

INTRODUCCIÓN

El 30 de septiembre de 2013 se anunció la fecha del 27 de abril de 2014, festividad de la Divina Misericordia, para la elevación a los altares de los pontífices Juan XXIII y Juan Pablo II, convirtiéndose de esta manera en los dos primeros papas canonizados en el siglo XXI. Además, otro hecho excepcional de esta ceremonia conjunta fue la presencia del papa emérito Benedicto XVI y de su sucesor, Francisco. Pero hasta llegar a ese momento de 2014 hay un recorrido desigual en el proceso de canonización de los nuevos santos, que tratamos de forma abreviada en las siguientes líneas.

Por un lado, la muerte de Juan Pablo II, el 2 de abril de 2005, fue el inicio de un breve camino hacia su canonización, toda vez que fue proclamado popularmente santo en vida y, desde el momento de su óbito, como *Santo subito*. El papa Benedicto XVI abrió el proceso de beatificación ese mismo año, siendo proclamado venerable en 2009 y beatificado el 1 de mayo de 2011, tras aprobar la Congregación para las Causas de los Santos como milagro atribuido al papa polaco la curación de la religiosa francesa Marie Simon Pierre, diagnosticada de la enfermedad de Parkinson. Un segundo milagro por intercesión de Juan Pablo II, la sanación en 2011 del grave aneurisma cerebral de la costarricense Floribeth Mora, fue el último requisito para la canonización.

En el caso de Juan XXIII, su proceso de beatificación comenzó en 1965, dos años después de su muerte. Tras ser reconocido como milagro la curación de la religiosa italiana Caterina Capitani, que en 1966 sufría de una enfermedad en fase terminal en el sistema digestivo, el "Papa bueno" fue beatificado por Juan Pablo II el 3 de septiembre de 2000. En cambio, no fue necesario que se aprobara un segundo milagro, pues el papa Francisco consideró oportuna su canonización.

A pesar de ser un hecho reciente la elevación a los altares de Juan XXIII y Juan Pablo II -dos personalidades atractivas para los medios de comunicación-, nuestra temática objeto de estudio en su proyección informativa no ha sido estudiada aún de forma sistemática en ninguna investigación. Sí, en cambio, lo fueron con anterioridad al presente artículo otros sucesos relativos con sus protagonistas, como la muerte y funeral de Juan Pablo II (Tridente, 2009), sus problemas de salud (Lombardi, 2012) o sus viajes papales, en la primera tesis doctoral dedicada al pontífice polaco ya con el reconocimiento de santidad (Cartes Barroso, 2014).

Así las cosas, la temática que analizamos en esta investigación pertenece al ámbito de la religión y, desde un punto de vista periodístico, se trata de información religiosa especializada, una parcela que carece en la actualidad de consenso en cuanto a su ubicación en las diferentes áreas de seccionación periodística, a pesar de su naturaleza singular, como señala Martínez de Velasco (2012: 16):

No es un área más de los contenidos habituales en los medios de comunicación, sino que se trata de una información que por sus especiales características, fundamentalmente porque aborda cuestiones sensibles sobre las creencias y las normas éticas o morales, y también por el peculiar lenguaje de las confesiones religiosas, requiere para su correcto desarrollo de una especialización y de una formación específica para los periodistas.

Tradicionalmente presente en la concurrida sección de "Sociedad" (Serrano Oceja, 2004), lo cierto es que, en línea con otras investigaciones anteriores (Cordero Morales, 2008; Pou Amérigo, 2008), consideramos también que el hecho religioso trasciende más allá de este espacio y no se ubica exclusivamente en una única sección. Contreras (2004: 165), lo resume de esta forma: "Se podría decir que como la fe está presente en todas las dimensiones de la vida humana, también lo está en toda la gama de temas periodísticos". Así se puede explicar, por otra parte, cómo en el último lustro han aparecido en España nuevas aportaciones sobre el hecho religioso, por ejemplo, algunas referidas a los actuales pontífices (Liberal Ormaechea, Muñoz Díaz y Sierra Sánchez, 2013; Pou y Sahuquillo Verdet, 2016).

1. HIPÓTESIS Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Al comenzar la investigación, nos hemos planteado diversas hipótesis de partida:

- Los diarios españoles de mayor aproximación a la ideología católica y con corte más conservador (*La Razón* y *ABC*) son los que ofrecen un mayor número de textos periodísticos para tratar este evento histórico.
- La información sobre el hecho religioso no está presente únicamente en una sección. En este sentido, la inclusión mayoritaria de informaciones y opiniones sobre la canonización conjunta tiene cabida en secciones fijas y habituales de los periódicos, frente a otro tipo de publicación especial o extraordinaria.
- La figura de Juan Pablo II resulta más interesante que la de Juan XXIII para los diarios españoles, que le otorgan una mayor representación en la paginación.

En cuanto a los objetivos de la investigación, el primordial es analizar el tratamiento informativo que la prensa de información general de España ha hecho sobre la canonización de Juan XXIII y Juan Pablo II, durante el periodo del 24 al 30 de abril de 2014. Otros objetivos son:

- Definir cuáles son los géneros periodísticos más usados por la prensa generalista española.
- El seguimiento temático sobre el que se articula este proceso de santificación, especialmente en sus protagonistas.
- Conocer en qué secciones aparece este tipo de información periodística especializada.

2. MARCO TEÓRICO Y METODOLOGÍA

Para la realización de esta investigación sobre la canonización conjunta de los dos papas planteamos que como enfoque teórico es necesario tener en cuenta la teoría de la Agenda-Setting (McCombs y Shaw, 1972), que tiene como antecedente los textos de Lippmann (1922) y Cohen (1963). Se trata de una teoría muy empleada en las investigaciones sobre medios de comunicación, con un planteamiento inicial que se puede definir como la labor de los medios de comunicación y de los periodistas para seleccionar y filtrar las informaciones que van a recibir las personas.

También consideramos interesante la teoría del *Framing* (Entman, 1993) que, al igual que en el caso anterior, tiene un gran recorrido en los estudios sobre comunicación (Koziner, 2013). El término "*framing*" es traducido en ocasiones como encuadre, con lo cual esta teoría puede entenderse como la preferencia por ciertos aspectos (*frames* o encuadres) de un hecho noticioso que son resaltados en un texto. Así, con el presente marco teórico podemos investigar la importancia de las temáticas elegidas por los diarios españoles, conocer qué enfoques les han dado y, en definitiva, cómo han abordado la cobertura de nuestro objeto de estudio.

Como método hemos utilizado el análisis de contenido, definido de esta forma por Gaitán Moya y Piñuel Raigada (1998: 281):

Conjunto de procedimientos interpretativos y de técnicas de refutación aplicadas a productos comunicativos (mensajes, textos o discursos) o a procesos singulares de comunicación que, previamente registrados, constituyen un documento, con el objeto de extraer y procesar datos relevantes sobre las condiciones mismas en que se han producido, o sobre las condiciones que puedan darse para su empleo posterior.

Sánchez Aranda (2005: 212), más brevemente, se refiere al análisis de contenido como "el examen sistemático y replicable de los símbolos de comunicación". Entre otras ventajas, esta metodología permite cuantificar, medir y describir la comunicación de forma exhaustiva, siendo usada esta técnica en la actualidad por un nutrido grupo de investigadores.

En nuestro caso, el análisis de contenido se ha llevado a cabo sobre los textos periodísticos que contienen información sobre las canonizaciones papales en las ediciones impresas de cuatro diarios españoles, en sus ediciones de Andalucía, como son *ABC*, *El Mundo*, *El País* y *La Razón*. El periodo seleccionado para su estudio es de una semana, entre el 24 y el 30 de abril de 2014, es decir, tres días antes y tres días después de las canonizaciones.

La investigación se ha desarrollado en tres fases: identificación del objeto de estudio, obtención y análisis de datos y, finalmente, la interpretación de los resultados.

En la planificación de la investigación, tras acotar temáticamente y de forma temporal el objeto de estudio, se analizaron las siguientes variables:

1. Número de documentos. Cada texto informativo se representa como una unidad independiente de registro en nuestro análisis.
2. Sección. De acuerdo con la seccionación de los periódicos, hemos analizado las diferentes áreas en las que se incluye la información analizada, teniendo en cuenta, además, la existencia de suplementos en algunos diarios.
3. Espacio. Hemos analizado esta variable según la propuesta de Berganza Conde (2005), que tiene por objeto la medición del espacio que abarca cada texto informativo en las páginas del periódico. Hemos clasificado esta extensión en cuatro formatos:
 - Muy largo (textos periodísticos de más de una página de longitud).
 - Largo (textos periodísticos desde media página hasta una completa de longitud).
 - Medio (textos periodísticos desde una columna hasta media página).
 - Breve (textos periodísticos con espacio inferior a una columna completa).
4. Información gráfica. Para nuestro análisis hemos considerado esta variable de acuerdo a tres grupos: fotografía, ilustraciones e infográficos.
5. Géneros periodísticos. Aunque existen diversas propuestas para clasificar los géneros periodísticos, históricamente y siguiendo la tradición anglosajona se ha venido haciendo en dos grupos, como noticias y comentarios, es decir, en el ámbito de la información y de la opinión. Así lo señala, por ejemplo, Morán Torres (1988), que distingue cuatro géneros informativos (noticia, entrevista, crónica y reportaje) y cuatro de opinión (artículo editorial, comentario, columna y crítica periodística). Es la clasificación de este autor la que tomamos como válida en nuestro estudio, muy similar a la de Moreno Espinosa (2010). A partir de ella, hemos incorporado otros géneros informativos y opinativos a nuestra clasificación, recogidos ampliamente por autores como Vilamor (2000), Grijelmo (2014) o Mayoral Sánchez (2013), por ejemplo.
6. Títulos. Tipos. Nos parece muy acertada la clasificación de títulos del profesor López Hidalgo (2001), en siete categorías:
 - Expresivos.
 - Apelativos.
 - Informativos.
 - Enunciativos o temáticos.
 - Creativos.
 - Informativo-explicativos.
 - Actos de habla.
7. Temática. Siguiendo criterios periodísticos propios, pero teniendo en cuenta la teoría de la Agenda-Setting, hemos seleccionado los temas de interés mediático alrededor de las canonizaciones para la prensa española, en el desarrollo temático-espacial de los días analizados.

Una vez definidas las variables, el siguiente proceso ha consistido en la obtención de datos, con la consulta en hemeroteca de 28 periódicos y la recopilación y posterior clasificación y registro de 250 unidades periodísticas publicadas en los cuatro diarios analizados, como hemos comentado, desde el 24 al 30 de abril de 2014.

3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Para la realización de esta investigación sobre la canonización conjunta de los dos papas planteamos que como enfoque teórico es necesario tener en cuenta la teoría de la Agenda-Setting (McCombs y Shaw, 1972), que

Por último, tras la recopilación hemerográfica y la clasificación de los 250 textos periodísticos del análisis, procedemos a su interpretación. Estos son los resultados y sus porcentajes:

Tabla 1: Datos generales

Diarios	Nº. de documentos	Porcentaje
ABC	86	34,4%
El Mundo	23	9,2%
El País	8	3,2%
La Razón	133	53,2%
TOTAL	250	100%

Fuente: Elaboración propia

En la primera variable, "Datos generales", nos queda claro cómo *La Razón* es el diario que dedica un mayor número de textos periodísticos sobre las canonizaciones papales, con un porcentaje del 53,2%. A continuación, el diario *ABC* registra el 34,4% de las unidades informativas. Los dos restantes periódicos analizados tienen una menor presencia, sin llegar a alcanzar tan siquiera el 10% de la muestra total, cada uno de ellos, pues los registros de *El Mundo* suponen el 9,2%, siendo *El País* el que ha dedicado un menor número de textos del total analizado, con sólo el 3,2%.

De los resultados de esta primera tabla podemos apreciar cómo los periódicos de ideología más próxima al catolicismo son los que han dedicado un mayor número de textos periodísticos al tema estudiado, como sostuvimos en nuestra primera hipótesis, con lo que podemos ratificar que es cierta. Pero tenemos que advertir que esta consideración se debe, principalmente, a un factor de interés en la estrategia periodística, como en el caso de *La Razón*, donde la importancia de su cobertura mediática se da, en parte, en la publicación de dos suplementos, uno semanal ("La Razón de la fe") y otro especial ("Dos papas santos"). El protagonismo que tiene este diario en el

presente estudio es fundamental, un hecho que va a incidir en las diversas variables estudiadas y en sus resultados.

Tabla 2: Secciones

Diarios	Secciones del diario	Nº. de documentos	Porcentaje
ABC	Agenda	2	0,8%
	Editoriales	2	0,8%
	Enfoque	6	2,4%
	La Tercera	1	0,4%
	Opinión	8	3,2%
	Portada	6	2,4%
	Primer plano	45	18%
	Sociedad	14	5,6%
	Televisión y Radio	2	0,8%
El Mundo	Contraportada	1	0,4%
	España	1	0,4%
	Mundo	15	6%
	Opinión	4	1,6%
	Portada	1	0,4%
	Televisión	1	0,4%
El País	Opinión	1	0,4%
	Portada	1	0,4%
	Sociedad	6	2,4%
La Razón	Andalucía	2	0,8%
	Contraportada	1	0,4%
	Dos papas santos	43	17,2%
	La Razón de la fe	27	10,8%
	La Razón & más	10	4%
	Opinión	3	1,2%
	Portada	4	1,6%
	Primera plana	33	13,2%
	Punto de Mira	9	3,6%
Tribuna	1	0,4%	
TOTAL		250	100%

Fuente: Elaboración propia

Según los resultados de la anterior tabla, a pesar de la publicación de dos suplementos en *La Razón* para encuadrar las informaciones relativas a las canonizaciones, como son "Dos papas santos", con el 17,2% de las unidades registradas, y "La Razón de la fe", con un porcentaje del 10,8%, los diarios españoles prefieren secciones fijas para ubicar los textos que tienen que ver con este evento. De entre ellas, las que tienen más presencia son "Primer Plano" de *ABC* (18%) y

“Primera Plana” de *La Razón* (13,2%), mientras que “Sociedad”, una sección habitual en la que suele englobarse el hecho religioso, alcanza sólo el 8% de las unidades analizadas, en *ABC* y *El País*.

Los cuatro diarios coinciden en incorporar informaciones sobre el hecho analizado en la sección “Opinión”, concretamente en 16 textos, que representa el 6,4% del total. Por su parte, *El Mundo* es el único diario en el que aparecen unidades analizadas en la sección “Mundo”, un espacio usado para tratar los temas de carácter internacional, con un porcentaje del 6%.

Por todo ello, podemos verificar la segunda de las hipótesis planteadas, al existir informaciones en diversas áreas habituales de los periódicos -hemos visto que el bloque “Sociedad” es una de las secciones en las que se incluye la información religiosa, pero no la única-, que tienen mayor presencia que otras publicaciones de carácter especial.

Tabla 3: Géneros periodísticos

Categorías	Nº. de documentos	Porcentaje
Información	181	72,4%
Opinión	69	27,6%
TOTAL	250	100%

Fuente: Elaboración propia

La tabla 3 nos ofrece un porcentaje global de los géneros periodísticos presentes en los registros seleccionados. Así, el 72,4% de las unidades de análisis se engloba en géneros de información, mientras que el 27,6% restante se incluye como géneros periodísticos de opinión. En las siguientes tablas desgranamos los resultados obtenidos, según la tipología de géneros periodísticos y su inclusión en los diarios analizados.

Tabla 4: Géneros periodísticos según cada diario

Diarios	Información	Porcentaje	Opinión	Porcentaje
ABC	68	37,6%	18	26,1%
El Mundo	14	7,7%	9	13%
El País	7	3,9%	1	1,5%
La Razón	92	50,8%	41	59,4%
TOTAL	181	100%	69	100%

Fuente: Elaboración propia

De la anterior tabla podemos apreciar cómo en *La Razón* se encuentra el 50,8% de las unidades clasificadas como géneros periodísticos de información, seguido por *ABC*, con el 37,6%, mientras que el 7,7% aparece en *El Mundo* y el 3,9% en *El País*. Por otra parte, *La Razón* es también el diario en el que predominan mayoritariamente los géneros periodísticos de opinión, al suponer el 59,4% del total. El resto de porcentajes, de mayor a menor protagonismo, lo tienen los periódicos *ABC* (26,1%), *El Mundo* (13%) y *El País* (1,5%).

Tabla 5: Tipología de géneros periodísticos

Subcategorías	Nº. de documentos	Porcentaje
Noticia	36	14,4%
Entrevista	14	5,6%
Reportaje	77	30,8%
Crónica	11	4,4%
Fotonoticia	5	2%
Perfil	6	2,4%
Análisis	4	1,6%
Editorial	5	2%
Artículo	47	18,8%
Columna	9	3,6%
Suelto	1	0,4%
Cartas	5	2%
Chiste gráfico	2	0,8%
Otros	28	11,2%
TOTAL	250	100%

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con los resultados de la tabla 5, observamos que el reportaje es el género periodístico más utilizado en los diarios analizados para realizar sus textos, presente en el 30,8% (77 registros). Por otro lado, destacan en menor importancia el uso del artículo (47 registros y el 18,8%) y la noticia (36 registros y el 14,4%).

Los citados porcentajes son los mayores que hemos obtenido tras el estudio realizado, pues el resto de categorías de géneros no alcanza el 10% ninguno de ellos. Así se sitúan los siguientes géneros: entrevista (5,6%); crónica (4,4%); columna (3,6%); perfil (2,4%); fotonoticia, editorial y cartas al director (2%); análisis (1,6%); chiste gráfico (0,8%) y suelto (0,4%).

Por último, es necesario destacar que 28 de los registros los hemos englobado en la categoría "Otros", al considerar que en su configuración destaca la hibridez de géneros periodísticos y, por tanto, su clasificación era difusa.

Tabla 6: Espacio

Categorías	Nº. de documentos	Porcentaje
Muy largo	45	18%
Largo	55	22%
Medio	60	24%
Breve	90	36%
TOTAL	250	100%

Fuente: Elaboración propia

Con la clasificación de la variable "Espacio", representada en la tabla 6, podemos observar cómo el formato "Breve" es el más utilizado por los periódicos para la publicación de los textos periodísticos, concretamente en el 36% de los casos. En un lugar posterior se encuentran los textos de formato "Medio" (24%) y, seguidamente, los englobados en las categorías "Largo" (22%) y "Muy Largo" (18%).

Tabla 7: Información gráfica

	Sí		No	
	Nº. de Documentos	Porcentaje	Nº. de Documentos	Porcentaje
Fotografía	162	64,8%	88	35,2%
Ilustraciones	43	17,2%	207	82,8%
Infográficos	6	2,4%	244	97,6%

Fuente: Elaboración propia

Los resultados de la tabla 7 confirman la importancia de la fotografía como recurso gráfico. Así, el 64,8% de las unidades de registro contiene fotografías, mientras que el 35,2% restante no la emplea. Por otro lado, las ilustraciones aparecen en 43 registros (17,2%) y las infografías en seis registros (2,4%). Por todo ello, hablamos de la fotografía como el recurso gráfico más usado por los periódicos analizados.

Tabla 8: Tipos de título

Categorías	Nº. de documentos	Porcentaje
Expresivos	0	0%
Apelativos	84	33,6%
Informativos	20	8%
Enunciativos	61	24,4%
Creativos	29	11,6%
Actos de habla	54	21,6%
No	2	0,8%
TOTAL	250	100%

Fuente: Elaboración propia

Los títulos “apelativos”, en 84 documentos, son los más empleados en los textos analizados, con un porcentaje del 33,6%, como podemos ver en los resultados de la tabla anterior. Posteriormente tienen menor importancia los títulos “enunciativos”, en el 24,4% de las unidades (61 registros), y los títulos de “actos de habla”, en el 21,6% de los textos analizados (54 registros).

Los restantes títulos tienen aún menos protagonismo en el análisis de los diarios: “creativos” (29 registros y el 11,6%) e “informativos” (20 registros y el 8%). Debemos precisar que no aparecen títulos “expresivos”, destacando, por otro lado, dos registros que no disponen de ningún título, que representan el 0,8% de la muestra.

La última tabla que presentamos es la que trata sobre las áreas temáticas que engloban las diferentes unidades de registro que hemos localizado.

Tabla 9: Temática

Áreas temáticas	Frecuencia	Porcentaje	ABC	El Mundo	El País	La Razón
Canonizaciones	146	58,4%	51	15	5	75
Juan XXIII	28	11,2%	8	2	2	16
Juan Pablo II	76	30,4%	27	6	1	42
TOTAL	118	100%	86	23	8	133

Fuente: Elaboración propia

Queremos dejar claro que hemos clasificado todas las informaciones en tres temáticas: canonizaciones, Juan XXIII y Juan Pablo II. En la primera de ellas se incluyen todos los prolegómenos, anécdotas y datos sobre la canonización conjunta de los dos papas, mientras que en las categorías Juan XXIII y Juan Pablo II se insertan, en cada una de ellas, informaciones sobre sus respectivos milagros, perfiles biográficos, testimonios y reportajes varios sobre sus figuras.

Como podemos observar, el tema más representado y con una mayor frecuencia es el propio de las canonizaciones, que tiene una presencia superior al 50 por ciento de los registros (58,4%), es decir, está en 146 textos periodísticos. En un segundo lugar estaría el área temática que tiene relación con la figura de Juan Pablo II, que se encuentra en el 30,4% de los textos analizados (76 registros), mientras que la información sobre Juan XXIII, en 28 registros, representa el 11,2% restante.

A pesar de la importancia del área temática denominada "Canonizaciones", podemos dar por válida la última hipótesis que nos planteamos. Dentro de la dinámica de la canonización conjunta, el atractivo papel mediático y la cercanía en tiempo del pontificado de Karol Wojtyła adquiere un mayor protagonismo en la información religiosa de los diarios españoles analizados, como hemos podido comprobar.

CONCLUSIÓN

Las conclusiones que hemos obtenido con el desarrollo de esta investigación son las siguientes:

1. Los diarios españoles de perfil más conservador, con una clara ideología cristiana, ofrecen a sus lectores un mayor espacio informativo sobre las canonizaciones papales a través de sus páginas. En el caso concreto del periódico *La Razón*, durante los días de análisis publicó el suplemento semanal "La Razón de la fe" y otro extraordinario denominado "Dos papas santos", donde se incluye gran parte de la información sobre el hecho religioso examinado.
2. El hecho religioso, como el analizado en este trabajo de investigación, tiene cabida en diversas secciones del periódico, y no sólo en la sección "Sociedad" que, además, tampoco está presente en todos los diarios. Hablamos de una información especializada, por lo que es destacable la presencia y participación en los textos periodísticos de enviados especiales y vaticanistas. Por otro lado, a pesar del elevado número de registros en algunos medios, nos llama la atención de que en ninguno de los cuatro diarios analizados exista una sección denominada "Religión".
3. Los géneros periodísticos de información abundan en mayor medida que los de opinión. Aunque se incluye una variada gama de artículos y otros géneros opinativos, los diarios apuestan por géneros informativos para narrar y detallar los sucesos y acontecimientos de las canonizaciones, especialmente con reportajes. En todos ellos, la fotografía es el recurso gráfico más utilizado en los textos.
4. Por último, destacamos los ejes temáticos tratados en esta investigación. El asunto de las canonizaciones ciertamente es la temática más importante de las abordadas por los medios. Aun así, los diarios se centran mayoritariamente en uno de los personajes, Juan Pablo II.

BIBLIOGRAFÍA

- BERGANZA CONDE, M. R. (2005). La aplicación de métodos estadísticos a la investigación de los medios de difusión. En BERGANZA CONDE, M. R. y RUIZ SAN ROMÁN, J. A. (Coords.). *Investigar en Comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación* (pp. 113-147). Madrid: McGraw-Hill.
- CARTES BARROSO, M. J. (2014). *Análisis y tratamiento de las visitas de san Juan Pablo II a Andalucía, según la Prensa de Sevilla ("ABC" y "El Correo de Andalucía")*. Tesis doctoral. Universidad de Sevilla. Sevilla: Secretariado de Publicaciones de la Universidad de Sevilla. Recuperado el 12 de septiembre de 2016 de <http://fondosdigitales.us.es/tesis/tesis/2534/analisis-y-tratamiento-de-las-visitas-de-san-juan-pablo-ii-andalucia-segun-la-prensa-de-sevilla-abc-y-el-correo-de-andalucia/>
- COHEN, B. (1963). *The Press and Foreign Policy*. Princeton: Princeton University Press.
- CONTRERAS, D. (2004). *La Iglesia católica en la prensa. Periodismo, retórica y pragmática*. Pamplona: EUNSA.
- CORDERO MORALES, F. (2008). Análisis y perspectivas de la información religiosa especializada. *Ámbitos*, 17, 75-90.
- ENTMAN, R. M. (1993). Framing: Towards Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43 (4), 51-58.
- GAITÁN MOYA, J. A. y PIÑUEL RAIGADA, J. L. (1998). *Técnicas de Investigación en comunicación social. Elaboración y registro de datos*. Madrid: Síntesis.
- GRIJELMO, Á. (2014). *El estilo del periodista: consejos lingüísticos, profesionales y éticos para escribir en los medios* (18ª edición). Madrid: Taurus.
- KOZINER, N. S. (2013). Antecedentes y fundamentos de la teoría del framing en comunicación. *Austral Comunicación*, 1 (2), 1-25.
- LIBERAL ORMAECHEA, S., MUÑOZ DÍAZ, P. y SIERRA SÁNCHEZ, J. (2013). El impacto de la renuncia al pontificado de Benedicto XVI en la prensa generalista de carácter nacional. El día después. *Sphera Publica*, 13 (1), 19-37.
- LIPPMANN, W. (1922). *Public Opinion*. New York: Macmillan.
- LOMBARDI, F. (2012). Los medios de comunicación y la percepción del dolor del Beato Juan Pablo II. *Dolentium hominum*, 78, 45-48.
- LÓPEZ HIDALGO, A. (2001). *El titular. Manual de titulación periodística*. Sevilla: Comunicación Social.
- MARTÍNEZ DE VELASCO, J. (2012). El difícil equilibrio entre la confesionalidad y pluralidad. En CANTAVELLA, J. y SERRANO, J. F. (Coords.). *El informador religioso: una perspectiva histórica* (pp. 13-38). Madrid: Fragua.
- MAYORAL SÁNCHEZ, J. (2013). *Redacción periodística: medios, géneros y formatos*. Madrid: Síntesis.
- McCOMBS, M. E. y SHAW, D. L. (1972). The Agenda Setting Function of Mass Media. *The Public Opinion Quarterly*, 36 (2), 176-187.

- MORÁN TORRES, E. (1988). *Géneros del periodismo de opinión: crítica, comentario, columna, editorial*. Pamplona: EUNSA.
- MORENO ESPINOSA, P. (2010). *Escribir periodismo*. Madrid: Fragua.
- POU AMÉRIGO, M. J. (2008). El hecho religioso y su tratamiento periodístico: limitaciones y dificultades. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 14, 561-573.
- POU, M. J. y SAHUQUILLO VERDET, F. (2016). El discurso ambientalista de Benedicto XVI y Francisco en la prensa española a partir de la publicación Laudato Si'. *Sphera Publica*, 16 (1), 132-149.
- SÁNCHEZ ARANDA, J. J. (2005). Análisis de contenido cuantitativo de medios. En BERGANZA CONDE, M. R. y RUIZ SAN ROMÁN, J. A. (Coords.). *Investigar en Comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación* (pp. 207-228). Madrid: McGraw-Hill.
- SERRANO OCEJA, J. F. (2004). Información religiosa especializada. En FERNÁNDEZ DEL MORAL, J. (Coord.). *Periodismo especializado* (pp. 397-418). Barcelona: Ariel.
- TRIDENTE, G. (2009). *La morte e i funerali di Giovanni Paolo II nella stampa italiana. Analisi qualitativa di un evento mediatico*. Roma: Libreria Editrice Vaticana.
- VILAMOR, J. R. (2000). *Redacción periodística para la generación digital: los grandes cambios técnicos, económicos y culturales exigen profundas transformaciones en el campo del Periodismo*. Madrid: Universitas.