

**Los viajes papales y el diálogo interreligioso.
El tratamiento informativo de
la presencia de Francisco en Tierra Santa
según la Prensa española**

Manuel Jesús Cartes Barroso *

1. INTRODUCCIÓN.

El concilio Vaticano II aportó una necesaria renovación para la Iglesia católica, un 'aggiornamento', toda vez que una apertura al mundo moderno y a los nuevos tiempos. Su celebración y el posterior legado conciliar tuvieron múltiples consecuencias, entre ellas, el acercamiento de la institución eclesial al ecumenismo entre cristianos, a través del decreto *Unitatis redintegratio* (Pablo VI, 1964). Pero el Concilio también iba a abrir la puerta de la Iglesia al diálogo interreligioso, con religiones no cristianas. Los padres conciliares deseaban establecer contacto con otros credos y, especialmente, poner punto final al antijudaísmo cristiano a través de la declaración *Nostra aetate* (Pablo VI, 1965), donde se ensalza el enriquecimiento común entre las religiones y se insta a la colaboración y al diálogo entre los fieles.

Políticos, teólogos y líderes religiosos del mundo han comentado la importancia del Concilio y de la declaración *Nostra aetate* como uno de los primeros pasos para asentar los pilares de la interreligiosidad. En efecto, su llegada supuso un antes y un después para las relaciones entre religiones, después de siglos de animadversión, intolerancia y persecución religiosa (Morales, 2001). Uno de los últimos documentos conciliares, la declaración *Dignitatis humanae* (Pablo VI, 1965), conllevó finalmente el reconocimiento del derecho a la libertad religiosa, en un nuevo tiempo y espacio para la

* Miembro del Equipo de Investigación de Análisis y Técnica de la Información de la Universidad de Sevilla, España. Secretario académico de la revista "Cercanía".

diversidad y el pluralismo creencial de un mundo amenazado por las guerras. En este sentido, la interreligiosidad como camino hacia la paz es el planteamiento de uno de los más destacados teólogos europeos de los siglos XX y XXI, Hans Küng (1992: 167), al afirmar que es "imposible la convivencia humana sin una ética planetaria entre las naciones; imposible la paz entre las naciones sin una paz entre las religiones; imposible la paz entre las religiones sin un diálogo de religiones".

El Concilio también tuvo un gran impacto en el carácter misionero de la Iglesia y en la incipiente voluntad de los pontífices por iniciar viajes, como continuadores del ejemplo y del mensaje de Jesucristo: "*Id por todo el mundo y predicad el Evangelio a toda criatura*" (Marcos 16:15, versión Evaristo Martín Nieto). En medio de la celebración conciliar, Pablo VI fue el pontífice encargado de inaugurar una serie de giras apostólicas, visitando los cinco continentes. El primero de sus viajes internacionales fue el realizado a Tierra Santa, del 4 al 6 de enero de 1964. Con este periplo de carácter ecuménico, el Papa quiso volver a los orígenes del cristianismo, reuniéndose con figuras políticas y líderes religiosos cristianos de diversos ritos, destacando el encuentro con Atenágoras I, patriarca ecuménico de Constantinopla, tras más de novecientos años donde los jefes de las Iglesias de Oriente y Occidente no se habían acercado (Adornato, 2010). Igualmente, la presencia papal sirvió para fomentar el diálogo con árabes y judíos.

Esta visita fue un hecho histórico que luego repetirían otros pontífices, encaminados en mayor medida al diálogo interreligioso. La peregrinación jubilar a Tierra Santa, del 20 al 26 de marzo de 2000, hizo que san Juan Pablo II fuera el segundo papa que acudía a los Santos Lugares, con motivo del bimilenario del nacimiento de Jesucristo. Durante estos días recorrió los lugares sagrados más importantes para las religiones cristiana, musulmana y hebrea. Además, el Santo Padre estuvo con los representantes de Jordania, Israel y de los Territorios Autónomos Palestinos, así como con líderes religiosos de otras Iglesias y de las otras grandes religiones monoteístas (Pelayo, 2009). Precisamente fue Juan Pablo II el impulsor de algunas propuestas para intentar acercar posturas entre las distintas religiones, como los encuentros interreligiosos de Asís, cuya primera edición se celebró el 27 de octubre de 1986, o con la creación del Pontificio Consejo para el Diálogo Interreligioso, dos años más tarde (Morales, 2001). Benedicto XVI estuvo también en Tierra Santa, del 8 al 15 de mayo de 2009, emulando los viajes de sus antecesores. Y así hasta llegar, cincuenta años después de la peregrinación de Pablo VI a los Santos Lugares, al viaje realizado por el papa Francisco, del 24 al 26 de mayo de 2014. Era la cuarta vez que un sucesor de Pedro se acercaba a la cuna del cristianismo, pero este viaje tuvo varias peculiaridades diferentes a las de las

anteriores visitas. En la ciudad de Jerusalén, enclave sagrado para las tres grandes religiones monoteístas del mundo, se produjo uno de los momentos más emotivos de la historia de estas jornadas, cuando en el conocido Muro de las Lamentaciones el papa Francisco se abrazó al rabino Abraham Skorka y al líder religioso musulmán Ombar Abboud, como símbolo de unidad (Lima, 2014).

La presencia de Francisco en Tierra Santa atrajo a los medios informativos internacionales, al igual que en los viajes realizados por los anteriores pontífices. Junto al diálogo interreligioso, otros asuntos se proyectaron mediáticamente durante esos días, por lo que queremos conocer cuál fue el tratamiento informativo de este viaje y cuáles fueron los ejes temáticos más representados por la prensa de España.

2. MARCO TEÓRICO Y PERIODÍSTICO.

Para este trabajo de investigación nos han servido como marco teórico diversas teorías, con el objetivo de poder identificar la cobertura dada por los medios de comunicación a la visita del papa Francisco a Tierra Santa, que puedan dar respuesta a los interrogantes "qué" y "cómo" las noticias son representadas en dichos medios.

En primer lugar, hemos considerado de importancia la teoría de la Agenda-Setting. A comienzos de los años setenta del siglo XX, McCombs y Shaw (1972) son los primeros autores que hablan de ella, definiendo su influencia en la comunicación política. Por esta teoría se puede afirmar, en líneas generales, que los medios de comunicación tienen el poder o la capacidad de graduar la importancia de la información o áreas temáticas publicadas.

Pero quizá, la mejor descripción de esta teoría es la de Bernard Cohen (1963: 13): "La prensa, en la mayoría de las veces, no puede tener éxito diciendo a la gente qué ha de pensar, pero es increíblemente exitosa diciendo a sus lectores sobre qué han de pensar". En la misma línea de este planteamiento, el profesor Enric Saperas (1987: 49) va más allá cuando afirma que "los media, como comunicación pública, determinan las formas de orientación de la atención pública, la agenda de temas predominantes que reclaman dicha atención y su discusión pública posterior, la jerarquización de la relevancia de dichos temas y la capacidad de discriminación temática que manifiestan los individuos".

De acuerdo con las anteriores definiciones e ideas, puede quedar claro que los medios son los encargados de decidir en qué temas deben pensar los

ciudadanos, bien sea por su inclusión o por la exclusión en la agenda temática. Así, volviendo a McCombs (1996: 17), opina que los "mass media son capaces de transferir la relevancia de una noticia en su agenda a la de la sociedad". El traslado de los ejes temáticos de los medios a los ciudadanos también es un pensamiento compartido por López-Escobar y Llamas (1996: 9), sentenciando que con esta teoría se puede comprender "cómo los medios de comunicación consiguen transferir a sus audiencias las listas jerarquizadas de los temas o problemas más destacados de la sociedad". A este procedimiento se le denomina tematización, definido por Saperas (1987: 98) como "el proceso de selección y de valoración de ciertos temas de interés insertados, de manera contingente, en la opinión pública, definida como estructura temática contingente que reduce la complejidad social en los diversos subsistemas o sistemas parciales en los que actúa".

Por último, es preciso tomar en cuenta la teoría del Framing. Se ha investigado bastante sobre la misma, aunque no hay una definición clara que pueda solventar algunas dudas con respecto al término "framing", traducido en muchas ocasiones como encuadre, marco o enfoque (Aguila Goghlan, 2013). Según Sádaba (2001: 156), "los significados de la realidad difundidos desde los medios de comunicación y su repercusión en los significados de esa misma realidad para las audiencias se configuran como el principal objeto de estudio".

Uno de los autores que más se han referido al "framing" es Robert Entman (1993: 52), que lo define de esta forma: "Es seleccionar algunos aspectos de una realidad percibida y hacerlos destacar en un texto comunicativo, de tal manera que promueva la definición particular de un problema, una interpretación causal, una evaluación moral y una recomendación sobre el mismo".

Esos aspectos a los que se refiere Entman son los frames o encuadres, que para Reese (2001: 11) son "principios organizadores socialmente compartidos y persistentes en el tiempo, que trabajan simbólicamente para estructurar el mundo social de modo significativo". Por tanto, podemos entender la teoría del Framing por cómo un medio de comunicación extrae, construye y destaca un aspecto de un hecho noticioso para que tenga cierta repercusión.

De la teoría del Framing nos resulta de utilidad la identificación de categorías para conocer cómo cada periódico abarcó el hecho analizado.

3. HIPÓTESIS Y OBJETIVOS.

Como punto de partida de la investigación, para su realización hemos fijado diversas hipótesis:

* Los diarios de línea cristiana y corte conservador (*ABC* y *La Razón*) son los que más unidades periodísticas aportan para el análisis de este viaje papal, en tanto que se trata del segundo periplo internacional que realiza el papa Francisco en su pontificado.

* Dentro de los ejes temáticos y teniendo en cuenta el análisis del diálogo interreligioso, los diarios más alineados con un perfil progresista y liberal (*El País* y *El Mundo*, respectivamente) se centran mayoritariamente en asuntos como los procesos de paz en Tierra Santa y otras temáticas ajenas al viaje.

* Por último, el eje temático abordado sobre la interreligiosidad, como parte de la Información Religiosa Especializada (IRE), se encuadra en mayor medida en la sección "Sociedad", que puede aglutinar distintos asuntos.

Por otro lado, teniendo en cuenta las anteriores hipótesis hemos fijado tres objetivos:

* El principal objetivo que queremos conseguir es analizar y sistematizar el tratamiento informativo que la prensa generalista española confirió al viaje del papa Francisco a Tierra Santa, durante el periodo comprendido entre el 19 y el 31 de mayo de 2014, con objeto de conocer cómo es la imagen mediática proyectada sobre el tema.

* Un segundo objetivo es estudiar las semejanzas y diferencias en el tratamiento dado a este hecho en cada uno de los cuatro periódicos. Pretendemos investigar los ejes temáticos que aparecen representados en la cobertura informativa de las jornadas analizadas, con especial atención a la temática de la interreligiosidad.

* El último de los objetivos planteados es indagar sobre la preferencia de la prensa generalista de España por utilizar determinados géneros periodísticos, bien sean de información o de opinión.

4. METODOLOGÍA.

El método que hemos usado es el análisis de contenido, una técnica de

investigación social definida por Gaitán Moya y Piñuel Raigada (1998: 281) como el "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".

La investigación la hemos clasificado en tres fases: Organización, obtención de datos y análisis de datos e interpretación de los resultados.

De acuerdo con los objetivos de la investigación y la hipótesis, en la fase de organización y planificación hemos realizado una delimitación temática y temporal del objeto de estudio, con objeto de analizar los textos periodísticos con información sobre el viaje papal a Tierra Santa en las ediciones impresas andaluzas de cuatro diarios de edición nacional: *ABC*, *El Mundo*, *El País* y *La Razón*. La muestra temporal escogida comprende desde el 19 al 31 de mayo, es decir, un espacio de trece días (cinco días antes de la llegada del papa Francisco a Tierra Santa, las tres jornadas de estancia y cinco días después de su marcha). A continuación, se definieron las distintas variables para poder medir y clasificar las categorías y sus unidades de registro. Las variables que se han analizado son:

1. Número de documentos. Hemos considerado cada texto informativo como una unidad independiente de registro, incluyendo como textos diferentes a los textos de apoyo o complementarios.

2. Temática. Es una variable importante para este trabajo de investigación, de acuerdo con la teoría de la Agenda-Setting. Hemos usado criterios periodísticos propios para su clasificación, seleccionando los temas de interés para la prensa generalista española, de acuerdo con la frecuencia temática y temporal en la que aparecen durante los días analizados.

3. Sección. La importancia de la seccionación de un periódico, es decir, la división y el espacio de su contenido en áreas, viene indicada por el profesor Núñez Ladevéze (1995: 42), cuando señala que su función es "servir lo mejor posible a los clientes, facilitarles la atención, ayudarles a comprender las relaciones entre las noticias y las peculiaridades de cada una". En esta variable, además, podemos ver cómo la prensa generalista de España usa unos criterios propios para clasificar las informaciones del viaje papal a Tierra Santa, como información especializada.

4. Espacio. Es la medida que ocupa cada información en la página o páginas en la que aparece publicada. Con esta variable podemos cuantificar la importancia espacial que se le da al viaje papal. Para ello, hemos optado por medir el espacio en cuatro formatos, de acuerdo con la clasificación empleada por la profesora M^a. Rosa Berganza Conde (2005):

- * Muy largo (textos periodísticos de más de una página de longitud).
- * Largo (textos periodísticos desde la media página hasta una completa).
- * Medio (Espacio comprendido desde una columna hasta media página).
- * Breve (Espacio inferior a una columna completa).

1. Información gráfica. Los recursos gráficos son útiles para saber el papel que tienen en los textos informativos. En algunas ocasiones son el elemento principal, y en otras, son su perfecto complemento. Precisamente por ello es necesario analizar el valor de estos recursos, pues aunque su misión es complementar a la información textual, en ocasiones también aportan opinión. En nuestro análisis hemos clasificado los recursos gráficos en tres grupos: fotografía, ilustraciones e infográficos.

2. Géneros periodísticos. Existen múltiples propuestas para la clasificación de géneros periodísticos. En nuestro caso, hemos optado por dos tipologías de géneros, informativo y de opinión, de acuerdo con la tradición anglosajona y con el pensamiento de autores como Esteban Morán Torres (1988).

3. Títulos. Tipos. Al igual que en los géneros periodísticos, existen múltiples propuestas para clasificar los títulos. Para esta variable hemos usado la clasificación empleada por Antonio López Hidalgo (2001), que los clasifica en siete categorías:

- * Expresivos.
- * Apelativos.
- * Informativos.
- * Enunciativos o temáticos.
- * Creativos.
- * Informativo-explicativos.
- * Actos de habla.

La segunda fase del estudio metodológico es la obtención de datos. Para ello, la recopilación hemerográfica ha consistido en la consulta de 52 periódicos y la clasificación y registro de 118 unidades periodísticas publicadas en *ABC*, *El Mundo*, *El País* y *La Razón* en las fechas seleccionadas.

5. ANÁLISIS DE DATOS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

En un apartado aparte de este trabajo de investigación y como último paso, hemos llevado a cabo el análisis de datos y la interpretación de los resultados. Como advertimos anteriormente, se han contabilizado 118 unidades periodísticas para el análisis. En las siguientes líneas aparecen desglosados los resultados en cada uno de los diarios y sus porcentajes.

Tabla 1. Datos generales.		
Diarios	Nº. de documentos	Porcentaje
ABC	29	24,58%
El Mundo	22	18,64%
El País	10	8,47%
La Razón	57	48,31%
Total	118	100%

Fuente: elaboración propia.

En esta primera variable, "Datos generales", nos queda claro cómo *La Razón* es el diario que dedica un mayor número de textos periodísticos sobre el viaje a Tierra Santa, con un porcentaje del 48,31%. A continuación, el diario *ABC* registra el 24,58% de las unidades informativas. Los dos restantes periódicos analizados tienen una menor presencia. En el caso de *El Mundo*, los registros suponen el 18,64%, siendo *El País* el diario que ha dedicado un menor número de textos periodísticos del total analizado, con solo el 8,47%.

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. En el caso de *La Razón*, la importancia de su cobertura mediática se debe, en parte, a la publicación del suplemento semanal "La Razón de la fe", que sale a la calle todos los jueves. 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. Con todo ello, así se verifica la primera de las hipótesis planteadas.

Tabla 2.
Áreas temáticas.

Áreas temáticas	Frecuencia	Porcentaje	ABC	El Mundo	El País	La Razón
Judaísmo	1	0,85%	0	0	0	1
Mujeres	1	0,85%	1	0	0	0
Nuevos asentamientos	1	0,85%	1	0	0	0
Palestina	1	0,85%	0	0	0	1
Seguridad	1	0,85%	0	0	0	1
Holocausto judío	2	1,69%	1	0	1	0
Agenda	3	2,54%	3	0	0	0
Ecumenismo	3	2,54%	2	0	0	1
Problemática viaje	3	2,54%	0	0	3	0
Siria	5	4,24%	0	1	0	4
Paro Andalucía	10	8,47%	4	5	0	1
Viaje	10	8,47%	0	1	1	8
Celibato	12	10,17%	0	7	0	5
Cristianismo	13	11,02%	4	0	0	9
Diálogo Interreligioso	20	16,95%	3	3	0	14
Paz en Tierra Santa	32	27,12%	10	5	5	12
Total	118	100%	29	22	10	57

Fuente: elaboración propia.

El área temática que se repite más en este trabajo de investigación es “Paz en Tierra Santa”, concretamente en el 27,12% de las unidades. En un segundo lugar, el presente tema abordado del “Diálogo Interreligioso”, en el 16,95%. Otras temáticas importantes son “Cristianismo” y “Celibato”, presentes en el 11,02% y el 10,17% de los textos, respectivamente.

Esta última temática, junto con “Paro Andalucía”, en el 8,47% de las unidades, salió a la luz durante el vuelo de vuelta desde Tierra Santa hasta Roma, pero ambas tuvieron una amplia cobertura, por las polémicas palabras que el papa Francisco pronunció en una rueda de prensa a bordo del avión. El resto de temáticas tienen un escaso peso en el análisis, pues ninguna de ellas supera el 10%. Por orden de mayor a menor importancia se suceden “Viaje”, “Siria”, “Problemática viaje”, “Ecumenismo”, “Agenda”, “Holocausto judío”, “Seguridad”, “Palestina”, “Nuevos asentamientos”, “Mujeres” y “Judaísmo”.

Por otro lado, de acuerdo también con la tabla 2, podemos apreciar cómo los ejes temáticos más alejados con el carácter interreligioso del viaje papal son los asuntos preferidos por los diarios ideológicamente más alejados del espíritu clerical y conservador. Un buen ejemplo lo ofrece el periódico *El Mundo*, que dedica más de la mitad de las unidades que hemos clasificado de él en asuntos externos al viaje, con 7 textos periodísticos en la temática del celibato y 5 unidades de registro sobre el paro en la región de Andalucía. En el caso de *El País*, al tener un número escaso de registros, estos aparecen en temas más concretos del viaje, pero aún así se pueden destacar las 3 unidades de la temática “Problemática viaje”. Nuevamente, podemos confirmar la segunda hipótesis.

Secciones	Nº. de documentos	Porcentaje
Andalucía (ABC / El Mundo / La Razón)	5	4,24%
Enfoque (ABC)	3	2,54%
España (El Mundo)	1	0,85%
Internacional (El País)	7	5,93%
La Otra Crónica (El Mundo)	1	0,85%
La Razón de la fe (La Razón)	19	16,10%
La Razón&más (La Razón)	5	4,24%
Mundo (El Mundo)	11	9,32%
Opinión (ABC / El Mundo / El País / La Razón)	11	9,32%
Portada (El Mundo / El País / La Razón)	6	5,08%

Punto de Mira (La Razón)	4	3,39%
Religión (La Razón)	8	6,78%
Sociedad (ABC / La Razón)	37	31,36%
Total	118	100%
Fuente: elaboración propia.		

Como podemos observar tras la anterior tabla, a pesar de la publicación de un importante suplemento en *La Razón* para encuadrar gran parte de las informaciones relativas al viaje del papa Francisco a Tierra Santa, como es “La Razón de la fe”, con un porcentaje del 16,10%, los diarios españoles prefieren secciones fijas para ubicar los textos que tienen que ver con este evento. De entre ellas, la que tiene más presencia es “Sociedad”, en los diarios *ABC* y *La Razón*, con el 31,36%. Con ello, se cumple la tercera de las hipótesis que hemos planteado.

Las restantes secciones no alcanzan cada una de ellas el 10%. Sin embargo, los cuatro diarios coinciden en incorporar artículos y otros géneros periodísticos opinativos sobre el hecho estudiado en la sección “Opinión”, con un 9,32%. 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 9,32%. Una sección homónima, denominada “Internacional”, aparece en *El País*, en el 5,93% de las unidades. Por último, es necesario destacar la inserción de informaciones en la sección “Religión”, en *La Razón*, el único diario que cuenta con una sección fija especializada en este ámbito y que representa el 6,78% del total.

Tabla 4. Géneros periodísticos.		
Categorías	Nº. de documentos	Porcentaje
Información	98	83,05%
Opinión	20	16,95%
Total	118	100%
Fuente: elaboración propia.		

La tabla 4 nos ofrece un porcentaje global de los géneros periodísticos presentes en los registros seleccionados. El 83,05% de las unidades son géneros de información, mientras que el 16,95% restante se incluyen como géneros

periodísticos de opinión. Como podemos observar, la prevalencia de la información sobre la opinión es visible ampliamente.

Diarios	Información	%	Opinión	%
ABC	26	26,53%	3	15%
El Mundo	14	14,29%	8	40%
El País	7	7,14%	3	15%
La Razón	51	52,04%	6	30%
Total	98	100%	20	100%

Fuente: elaboración propia.

Sobre los datos anteriores se puede hacer una mayor precisión. Así, observamos que el género informativo es el más utilizado en las páginas de *La Razón*, pues concretamente se encuentra en el 52,04% de las unidades informativas. En segundo lugar le sigue *ABC*, con el 26,53%.

Por otra parte, *El Mundo* es la cabecera que principalmente emplea los géneros de opinión, al representar el 40% del total, seguido por *La Razón*, en un 30%.

Subcategorías	Nº. de documentos	Porcentaje
Noticia	49	41,52%
Entrevista	9	7,63%
Reportaje	31	26,27%
Crónica	9	7,63%
Editorial	3	2,54%
Artículo	5	4,24%
Columna	5	4,24%
Suelto	3	2,54%

Cartas	3	2,54%
Chiste gráfico	1	0,85%
Total	118	100%
Fuente: elaboración propia.		

De acuerdo con los resultados de la tabla 6, observamos que la noticia y el reportaje son los géneros periodísticos más utilizados por los diarios para realizar sus textos, presentes en el 41,52% (49 registros) y el 26,27% (31 registros), respectivamente. La importancia de estos dos géneros nos llama la atención, al estar presentes en un número superior a dos tercios.

Los citados porcentajes son los mayores que hemos obtenido tras el estudio, pues el resto de categorías de géneros no alcanzan el 10% ninguno de ellos. Por número de documentos, los porcentajes de los siguientes géneros son: "Crónica" y "Entrevista" (7,63%); "Columna" y "artículo" (4,24%); "Cartas al director", "Editorial" y "Suelto" (2,54%, cada una de ellas); y por último, "Chiste gráfico", con 1 registro (0,85%).

Tabla 7. Espacio.		
Categorías	Nº. de documentos	Porcentaje
Muy largo	13	11,02%
Largo	34	28,81%
Medio	24	20,34%
Breve	47	39,83%
Total	118	100%
Fuente: elaboración propia.		

Con la clasificación de la variable "Espacio", en la tabla 7, vemos cómo el formato "Breve" es el más utilizado por los periódicos para la publicación de los textos periodísticos, concretamente en el 39,83% de los casos. En un lugar posterior se encuentran los textos de formato "Largo" (28,81%) y, seguidamente, "Medio" (20,34%) y "Muy Largo" (11,02%). Así, valoramos la preferencia que tienen los diarios analizados por los formatos breves sobre otros de mayor tamaño.

Tabla 8. Información gráfica.				
Categorías	Sí		No	
	Nº. de documentos	%	Nº. de documentos	%
Fotografía	74	62,71%	44	37,29%
Ilustraciones	3	2,54%	115	97,46%
Gráficos/Infográficos	5	4,24%	113	95,76%
Fuente: elaboración propia.				

Según la tabla 8, en la que hemos analizado qué recursos gráficos y en qué números y porcentajes están presentes en los cuatro periódicos estudiados, el 62,71% de las unidades de registros contienen fotografías, mientras que el 37,29% no. Es el recurso gráfico más empleado por los diarios, puesto que la presencia en los registros de ilustraciones (2,54%) y de infografías (4,24%) es prácticamente testimonial. Así, podemos valorar positivamente el empleo de la fotografía en prensa como recurso gráfico potente e informativo.

Tabla 9. Títulos. Tipos.		
Categorías	Nº. de documentos	%
Expresivos	2	1,70%
Apelativos	30	25,42%
Informativos	22	18,64%
Enunciativos	22	18,64%
Creativos	6	5,08%
Informativo-explicativos	2	1,70%
Actos de habla	32	27,12%
No	2	1,70%
Total	118	100%
Fuente: elaboración propia.		

En la tabla 9 se presentan los datos generales de la clasificación de la variable "Títulos. Tipos". En primera posición destaca el uso de los títulos de

“actos de habla”, con un porcentaje del 27,12%. En segundo lugar se encuentran los títulos “apelativos” (25,42%), mientras que el tercer título más empleado por los periódicos es el “enunciativo”, que al igual que el “informativo” se encuentra en el 18,64% de las unidades, en cada una de estas categorías.

El resto de títulos tienen una menor presencia y porcentaje en los diarios. Sin embargo, es necesario destacar las categorías para conocer por su orden una menor importancia en esta variable: "Creativos" (5,08%); “expresivos” e "informativo-explicativos" (1,70%). Además, existen 2 registros que no disponen de título, que suponen el 1,70%.

6. CONCLUSIONES.

Por último, de los anteriores resultados hemos sacado las siguientes conclusiones:

1. Los diarios con un perfil cristiano y una ideología alejada de la izquierda dedican una mayor cobertura informativa al viaje papal a Tierra Santa. En este sentido, es necesario precisar que el periódico *La Razón* publicó, como todos los jueves, el suplemento "La Razón de la fe", en el que se encuadran buen número de informaciones del hecho analizado.

2. A pesar de ello, como segunda conclusión resaltamos que los diarios prefieren agrupar las informaciones en sus secciones habituales y no han creado ninguna sección especial para este evento. De entre las secciones fijas, la titulada "Sociedad", en *La Razón* y *ABC*, es la que alberga el mayor número de las informaciones analizadas, por lo que constatamos que el hecho religioso tiene cabida habitualmente en esta sección.

3. Los géneros periodísticos de información predominan considerablemente sobre los de opinión. En este sentido, más que valorar la información resulta atractivo detallarla y narrarla, especialmente con personas presentes en Tierra Santa, a través de las figuras del corresponsal y del enviado especial.

4. Todos los diarios coinciden en la incorporación de la fotografía en los textos informativos como recurso gráfico más utilizado. En estos casos, además de ilustrar y complementar, la fotografía comunica.

5. En líneas generales, las temáticas planteadas reflejan el interés de la prensa por el viaje papal. Aunque la presencia del eje temático "Diálogo

Interreligioso" es destacable, los diarios se interesan más por la "Paz en Tierra Santa", al ser la problemática más importante en esta zona y un asunto de gran interés internacional. Por otro lado, es considerable el peso que tienen otros temas no programados, que aparecen durante la rueda de prensa a bordo del avión.

7. REFERENCIAS.

Adornato, G. (2010). *Pablo VI: El coraje de la modernidad*. San Pablo, Bogotá.

Aguila Goghlan, J.C. (2013). "El framing en las noticias sobre las cumbres del cambio climático en la televisión española". *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 6 (1), pp. 141-171. Recuperado de:
<<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones/>>.

Berganza Conde, M^a.R. y Ruiz San Román, J.A. (coords.) (2005). *Investigar en Comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación*. McGraw Hill, Madrid.

Cohen, B. (1963). *The Press and Foreign Policy*. Princenton University Press, Princenton.

Entman, R.M. (1993). "Framing: Towards Clarification of a Fractured Paradigm". *Journal of Communication*, 43 (4), pp. 51-58.

Gaitán Moya, J.A. y Piñuel Raigada, J.L. (1998). *Técnicas de investigación en comunicación social. Elaboración y registro de datos*. Síntesis, Madrid.

Küng, H. (1992). *Proyecto de una ética mundial*. Trotta, Madrid.

Lima, A. (2014). *Un abrazo, tres religiones. Gira del papa Francisco por Medio Oriente*. Editorial Claretiana, Buenos Aires.

López Hidalgo, A. (2001). *El titular. Manual de titulación periodística*. Comunicación Social, Sevilla.

López-Escobar, E. y Llamas, J. P. (1996). "Agenda-setting: investigaciones sobre el primero y el segundo nivel". *Communication & Society*, 9 (1-2), pp. 9-15. Recuperado de:
<http://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art_id=286>.

McCombs, M. (1996). "Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo", en Bryant, J. y Zillmann, D. (coords.): *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*. Paidós, Barcelona, pp.13-34.

McCombs, M.E. y Shaw, D.L. (1972). "The Agenda Setting Function of Mass Media". *The Public Opinion Quarterly*, 36 (2), pp. 176-187.

Morales, J. (2001). *Teología de las religiones*. RIALP, Madrid.

Morán Torres, E. (1988). *Géneros del periodismo de opinión: crítica, comentario, columna, editorial*. Eunsa, Pamplona.

Núñez Ladevéze, L. (1995). *Introducción al periodismo escrito*. Ariel, Barcelona.

Pablo VI:

* (21 de noviembre de 1964). "Decreto Unitatis redintegratio". *Vatican.va*. Recuperado de:
<http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decree_19641121_unitatis-redintegratio_sp.html>.

* (28 de octubre de 1965). "Declaración Nostra aetate". *Vatican.va*. Recuperado de:
<http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decl_19651028_nostra-aetate_sp.html>.

* (7 de diciembre de 1965). "Declaración Dignitatis humanae". *Vatican.va*. Recuperado de:
<http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decl_19651207_dignitatis-humanae_sp.html>.

Pelayo, A. (2009). "De vuelta a las fuentes de la fe. Las visitas papales a Tierra Santa". *Vida Nueva*, nº. 2658, Boadilla del Monte (Madrid), 2-8 de mayo, pp. 27-30.

Reese, S. (2001). "Framing public life: A bridging model for media research" en Reese, S., Gandy, O. y Grant, A. (eds.): *Framing public life*:

perspectives on media and our understanding of the social world, Lawrence Erlbaum Associates , Mahwah, pp. 7–31.

Sádaba, T. (2001). "Origen, aplicación y límites de la "teoría del encuadre" (framing) en comunicación". *Communication & Society*, 14 (2), pp. 143-175. Recuperado de:
<http://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art_id=335>.

Saperas, E. (1987). *Los efectos cognitivos de la comunicación de masas*. Ariel, Barcelona.