

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y ACONTECIMIENTOS DEL SIGLO XX

Ramón Reig
María José Ruiz Acosta
(Coordinadores)



Vicerrectorado de Relaciones Institucionales y
Extensión Cultural

ÁMBITOS PARA LA COMUNICACIÓN, 3
Grupo de Investigación en Estructura, Historia y
Contenidos de la Comunicación

Universidad de Sevilla
1999

Colección
ÁMBITOS PARA LA COMUNICACIÓN

Director: Ramón Reig

Editan

- Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación (Universidad de Sevilla)
-Asociación Universitaria Comunicación y Cultura

Miembros del Grupo de Investigación

Dr. Ramón Reig (Director)
Dra. María José Ruiz Acosta (Secretaria)
Dra. Margarita Pérez de Eulate Vargas
Dr. Jesús Troncoso García
Dr. Julio Ponce Alberca

Aurora Labio Bernal
Concha Langa Nuño
Miguel Montaña Montaña
Rosa Rodríguez Cárcela
Javier Ronda Iglesias
Manuel Ruiz Romero
Antonia Sarabia Díaz
Ramón Sarmiento Guerrero

Dirección

Facultad de Ciencias de la Información
C/ Gonzalo Bilbao, 7-9
41003 Sevilla (España)
Teléfonos: 95/448 60 62 y 95/448 60 59
Fax: 95/448 60 85, 95/448 60 86
E-mail: mjruiz@cica.es

Distribuye: Centro Andaluz del Libro
Polígono La Chaparrilla
Ctra. Sevilla-Málaga, km. 3,7, parcela 34-36
SEVILLA
Tel. 95 440 63 66

Diseño: Estrella Gómez

Copyright: Los Autores

Copyright: Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación

Imprime: Gráficas Los Palacios
Avda. de Sevilla, 2. 41720-Los Palacios (Sevilla)
I.S.B.N.: 84-930596-0-9
Depósito Legal: SE-21 17-98

ÍNDICE

| | |
|---|-----|
| PRESENTACIÓN..... | 7 |
| CAPÍTULO 1: Aproximación al método de análisis estructural de los mensajes informativo-periodísticos Ramón Reig..... | 9 |
| CAPÍTULO 2: Prensa y asociacionismo: el gran reto de los diarios sevillanos de principios del siglo XX María José Ruiz Acosta..... | 29 |
| CAPÍTULO 3: La prensa sevillana ante los grandes cambios políticos de la primera mitad de siglo (1923-1936) Concha Langa Nuño..... | 44 |
| CAPÍTULO 4: La prensa ante el pacto autonómico de Antequera y el referendo constitucional Manuel Ruiz Romero..... | 76 |
| CAPÍTULO 5: El Mundial de Fútbol de 1982: ejemplo de información deportiva María del Carmen Gil Ramírez..... | 89 |
| CAPÍTULO 6: La estructura informativa en televisión: crónica de la Guerra del Golfo y el conflicto en la ex-Yugoslavia Aurora Labio Bernal..... | 104 |
| CAPÍTULO 7: El mensaje informativo del periodismo rosa: la boda de la infanta Elena a través de la prensa de Sevilla Rosa Rodríguez Carcela..... | 118 |
| CAPÍTULO 8: El macrojuicio del “caso Army” y la revolución del periodismo de tribunales en Sevilla Javier Ronda Iglesias..... | 137 |
| CAPÍTULO 9: La catástrofe ecológica de Aznalcóllar de 1998: un reto para el periodismo especializado en información ambiental Miguel Montaña Montaña..... | 149 |
| CAPÍTULO 10: La información internacional en una televisión regional: el caso del huracán Mitch Antonio Manfredi Díaz y Gabriel García Hernández..... | 162 |

Capítulo 7

El mensaje informativo del periodismo rosa: la boda de la infanta Elena a través de la prensa de Sevilla (1995)

Rosa Rodríguez Cárcela

Periodista. Consejería de Cultura. Junta de Andalucía

Durante el año 1995 el enlace matrimonial de la infanta Elena con Jaime de Marichalar fue el acontecimiento social por excelencia de la prensa rosa, pero también lo fue en gran medida del resto de la prensa de información general que dedicó numerosa información al respecto. La celebración de la boda real ha sido uno de los grandes acontecimientos periodísticos ocurridos en Sevilla, debido tanto a su trascendencia como a la expectación e interés que despertó entre los ciudadanos. El despliegue informativo de *ABC* fue superior al de *El País*, coincidiendo ambos al considerar la boda como un evento institucional feliz y de fiesta popular.

1.- CARACTERÍSTICAS DE LA INFORMACIÓN ROSA

La denominada prensa del corazón o prensa rosa trata fundamentalmente sobre noticias que afectan a la vida privada de personajes de cierta relevancia pública. Recoge la crónica de la actualidad social. Su contenido informativo gira en torno a las bodas, divorcios, bautizos, fiestas y eventos sociales de los famosos.

La profesora Juana Gallego define este tipo de periodismo como “revista ilustrada cuyo objetivo es publicitar la vida privada de los personajes públicos”¹. Sus ingredientes fundamentales son los personajes populares, jóvenes, bellos y atractivos, que gozan de una vida de ensueño y tienen dinero y poder.

Los acontecimientos sociales son noticias que siempre interesan, no sólo a las mujeres - como siempre se ha manifestado-, sino a todo el público en general. Es un hecho probado que el chismorreo y el cotilleo le gusta a casi todo el mundo. Tal y como señala Rosa Olivares en un artículo sobre las revistas del corazón:

“Sería absurdo pensar que estas revistas sólo las leen las mujeres. Su público no está delimitado fisiológicamente, sino culturalmente. Se trata de una prensa popular, de evasión, al alcance de todos los bolsillos y todas las mentalidades”².

La autora indica que la prensa del corazón es, después de la televisión y la radio, el canal informativo que llega a más hogares, y una vez dentro todos las leen.

¹ GALLEGO AYALA, Juana: *Mujeres de papel. De ¡Hola! a Vogue: La prensa femenina en la actualidad*, Icaria Editorial, Barcelona, 1990, p. 103.

² OLIVARES, Rosa: “*Revistas del corazón. Todo para la mujer, pero sin la mujer*”, en *Mujeres*, nº. 6, mayo 1985, Instituto de la Mujer. p. 18.

No obstante, es importante añadir el dato que refleja que más del 60 por ciento de las personas que compran y leen las revistas del corazón son mujeres, sobre todo amas de casa³. Por el contrario, las revistas de información general son más leídas por los hombres que por las mujeres⁴.

El periodismo rosa tiene un efecto de evasión (“prensa de evasión” denomina Peñafiel a este tipo de prensa), ya que hace olvidarse de las tensiones y preocupaciones⁵. Su misión es el entretenimiento y, por este motivo, apenas existe crítica o denuncia sobre unos determinados comportamientos o hechos.

Por el contrario, la misión que siempre ha tenido la prensa considerada seria ha sido la de informar, con el deber de denunciar -como función social y de contrapoder-, aquellas actuaciones irregulares de la política y la sociedad dominante. A pesar de ello, se observa la influencia, cada vez mayor, que las revistas del corazón tienen en otro tipo de publicaciones, tales como diarios y revistas de información general. Ello se constata en las secciones de sociedad y, especialmente, durante el verano el tratamiento de la información es mucho más liviano, resaltando el interés humano de los personajes y sus formas de vida.

La función de la prensa rosa (no amarilla y sensacionalista) es acrítica. Su objetivo es entretener sobre noticias de personajes conocidos y populares. El tono es, en la mayoría de los casos, amable: “Gente guapa, colocada bajo focos siempre favorecedores”, precisa Peñafiel⁶.

Para Rosa Olivares en las revistas del corazón sólo se enseñan

“los oropeles de la absoluta felicidad; en realidad son una prolongación de las fotonovelas. Y en este distanciamiento entre el lector y los protagonistas estriba el éxito de estas publicaciones”⁷.

El papel que cumple este tipo de prensa en nuestra sociedad es sobre todo de entretenimiento y evasión: “Las revistas nos ofrecen panoramas sobre otras formas de vida absolutamente desconocidas para nosotros. Formas de vida que no compartiremos, que no entendemos, que no tienen nada que ver con nuestra propia existencia. Ahí radica justamente su interés y misterio”, aclara Juana Gallego⁸.

En esta línea, la directora de Diez Minutos, Maribel Escalona, opina que el secreto de estas revistas estriba en que sirven como antídoto contra las preocupaciones:

“La gente está harta de problemas. Se vive un final de milenio típico, de pérdida del norte y de los ideales. Y el corazón, que es la distracción pura y dura, es el mejor refugio”⁹.

Teniendo en cuenta todas estas características podemos indicar que las fórmulas del éxito de la información rosa son principalmente las siguientes:

³ GALLEGO, Juana: op. cit., p. 110.

⁴ *Comunicación Social 1996*, Fundesco, Madrid, p. 114.

⁵ Declaraciones de Jaime Peñafiel en el reportaje “Lola Galán El imperio rosa”, en *El País*, 12 diciembre 1993, p. 10.

⁶ *El País*, 12 diciembre 1993, p. 10.

⁷ OLIVARES, Rosa: op. cit., p. 17.

⁸ GALLEGO, Juana: op. cit., p. 115.

⁹ Declaraciones publicadas en el reportaje de Gloria Otero “Traficantes de corazones”. *Dunia*, nº. 464, octubre 1998.

El mensaje informativo del periodismo rosa

* Sirve de entretenimiento y satisface la curiosidad del público por la vida privada de los famosos.

* Contrarresta la negatividad, a través de una visión de la existencia más amable y relajada.

* El interés por las noticias sociales es creciente.

* El elemento gráfico (profusión del color y de fotografías de calidad hace muy atractiva la lectura de estas noticias.

2.- LAS BODAS, EL EVENTO ESTRELLA

La prensa rosa se ha convertido en una especialidad periodística muy rentable, debido al interés que despiertan sus contenidos informativos, que se sienten como más cercanos o propios, ya que están relacionados con el mundo de los sentimientos, las relaciones amorosas y la vida cotidiana. En este sentido, recogemos el dato referido a que las revistas del corazón son el primer grupo de difusión y de negocio entre las semanales¹⁰.

Es sabido que la prensa del corazón y la deportiva son las más rentables. La periodista Gloria Otero aclara que la prensa rosa en España tiene nueve millones de lectores y es, en su medio siglo largo de historia, la más leída del país, junto a la deportiva. Las revistas *Pronto* y *¡Hola!* tienen ventas medias entre 769.122 y 622.292 ejemplares respectivamente, cifras inimaginables en cualquier diario o revista de información general¹¹.

Junto a sus grandes tiradas hay un aporte de publicidad muy considerable. Siguen vendiendo y son prósperos negocios, ajenos a las crisis, sin alterar sus fórmulas durante años. “Es un mundo en el que se mueve muchísimo dinero, se calcula que alrededor de 50.000 millones de pesetas anuales”, aclara Gloria Otero¹². En opinión de Rosa Olivares la explicación de este hecho

“hay que buscarla, no en las revistas del corazón, sino en la sociedad que las lee, en su preparación cultural y en los incentivos sociales que la realidad cotidiana les puede ofrecer”¹³.

La venta de exclusivas referidas a bodas, separaciones y bautizos son las más revalorizadas. Según recoge la revista *Tribuna de Actualidad* de datos facilitados por expertos del mercado del corazón, las bodas “son muy cotizadas -hasta 25 millones de pesetas-, por encima de las separaciones -entre 10 y 15 millones- y los bautizos, que no suelen superar los quince millones”¹⁴.

Dentro de los acontecimientos sociales, los profesionales especializados en esta materia informativa coinciden al señalar que son las bodas el evento con mayúscula de la prensa rosa. Cristina García Ramos, directora y presentadora del programa de TV1 “Corazón”, Corazón, indica

¹⁰ *Comunicación Social 1996*, Fundesco, Madrid. 1996, p. 114.

¹¹ OTERO, Gloria: “Traficantes de corazones”, en *Dunia*. n.º. 464, octubre 1998, p. 18.

¹² OTERO, Gloria: op. cit., p. 18.

¹³ OLIVER, Rosa: op. cit., p. 19.

¹⁴ CASTILLO, Javier del: “Los millones de la vergüenza. Exclusivas, montajes y chantajes en el mundo del corazón”, en *Tribuna de Actualidad*. n.º. 566, 1 marzo 1999, Tribuna Ediciones de Medios Informativos, p. 15.

que ello se debe a que: “Las bodas venden siempre, porque alegran a la gente. Los divorcios, sin embargo, entristecen”¹⁵.

Durante el año 1995 el enlace matrimonial de la infanta Elena con Jaime de Marichalar fue el acontecimiento social por excelencia de la prensa rosa, pero también lo fue en gran medida del resto de la prensa que dedicó numerosa información en sus páginas al evento real. Una crónica de Mabel Galaz en *El País* pone de manifiesto que, al día siguiente de la boda, todos los periódicos se parecían al ¡*Hola!*:

“El largo día 18 se prolongó hasta el amanecer. ¿En qué periódico sale más de la boda?, preguntaba curiosa una venerable noble española a un viajero anónimo que iba cargado de prensa por los pasillos del aeropuerto. En todos. Da lo mismo el que usted mire. Es verdad. Hoy todos se parecen al ¡*Hola!*”¹⁶.

En este sentido, el editorial de *El País* del día 19 de marzo de 1995, titulado “La boda”, explicaba claramente el sentir popular:

“En tiempos de zozobras y malos humores, nada tan explicable como el deseo de la gente de participar, de una u otra forma, en un acontecimiento feliz. La boda de la infanta Elena y Jaime de Marichalar... cumple todos los requisitos para ello”¹⁷.

3.- LA BODA DE LA INFANTA ELENA

El matrimonio contraído entre Elena María Isabel Dominica de Silos y Jaime de Marichalar y Sáenz de Tejada el 18 de marzo de 1995 en Sevilla tuvo una amplia repercusión informativa en todos los medios de comunicación. tanto nacionales como extranjeros.

Tanto la prensa rosa como la de información general coincidieron a destacar la importancia del acontecimiento social y dedicaron en sus página gran profusión de noticias y fotografías.

Podemos afirmar que la celebración de la boda real ha sido uno de los grandes acontecimientos periodísticos ocurridos en Sevilla durante el año 1995. La prensa sevillana y el resto de medios de comunicación se hicieron amplio eco de la noticia, debido tanto a la transcendencia del acontecimiento como a la gran expectación e interés que despertó entre los ciudadanos. Los medios también hacían hincapié en el hecho de que se trataba de un enlace de la familia real, ceremonia que no se había producido en España desde la celebrada con motivo del matrimonio de la infanta Isabel Alfonsa, tía abuela de la novia, con el conde Zamoyski, en 1929.

M^a Teresa Puga y Eusebio Ferrer aseguran que el marco de este enlace parece responder a la vinculación que la familia real siempre ha mantenido con la capital andaluza, en la que viven sus tíos abuelos, doña Esperanza y Pedro de Orleans y donde están enterrados Carlos de Borbón Dos Sicilias y Luisa de Orleans, sus bisabuelos. Igualmente, no hay que olvidar que los palacios de San Telmo, Reales Alcázares, Sanlúcar de Barrameda y Villamanrique de la Condesa están muy unidos a la familia real¹⁸.

¹⁵ C.A.: “Apto para cardíacos. Cristina G. Ramos defiende la información rosa”, en *El Mundo*, 22 diciembre 1995, p.45.

¹⁶ GALAZ, Mabel: “¡Hasta la próxima boda!. Ojerosos, los invitados regresan desde Sevilla hasta sus casas con fajos de periódicos bajo el brazo”, en *El País*, 20 marzo 1995, p. 17.

¹⁷ *El País*, 19 marzo 1995, p. 12.

¹⁸ PUGA, M^a Teresa y FERRER, Eusebio: *20 Infantas de España*, Editorial Juventud, Barcelona, 1998, p. 268.

El mensaje informativo del periodismo rosa

En una línea similar, el diario *ABC* comentaba que la elección de Sevilla estaba motivada por las vinculaciones afectivas de la Monarquía española con esta ciudad:

“Pero la elección de Sevilla no se entendería sin apelar a la predilección que por la infanta Elena siente su abuela, Doña María de las Mercedes, madrileña de nación y sevillana de elección”¹⁹.

La ciudad de Sevilla adquirió un protagonismo inusitado, debido al despliegue -se desplazaron más de 2.000 periodistas de todo el mundo- y al numeroso público que, desde la madrugada, se agolpaba entorno a la Catedral para admirar a los novios y al boato que los rodeaba.

“Sevilla se preparó para ser la capital de la monarquía, y se dedicó a engalanar, especialmente la Catedral, los Alcázares y la plaza de La Maestranza para recibir a los invitados y homenajear a los novios”²⁰.

El día 17 la mayoría de los periódicos sevillanos consultados se referían a la boda que iba a celebrarse en términos muy similares, destacando el tono festivo y popular del evento. Frases como “Sevilla no es que haya madrugado, es que no se ha acostado siquiera”, “Hay miles de personas durmiendo en la calle desde anoche, porque quieren ver de cerca de la familia real y a la infanta” o “Para dar noticia del acontecimiento se han desplazado más de 2.000 periodistas de todo el mundo”, testimonian el ambiente informativo.

La ceremonia religiosa se celebró en el altar mayor de la Catedral. Fue oficiada por el arzobispo de Sevilla, monseñor Carlos Amigo Vallejo, y acompañada por los acordes de la música cuyas partituras había elegido la reina Doña Sofía.

Terminado el acto, los novios y los invitados salieron de la Catedral por la Puerta de Palos. Un cortejo de carrozas tiradas por caballos enjaezados, hicieron el recorrido desde el Palacio Arzobispal hasta la puerta de Campanillas. Una muestra más del interés que este hecho provocó en los ciudadanos fue que el recorrido fue seguido por el público que llenaba las gradas de las tribunas que se habían levantado al efecto, así como los balcones de las casas colindantes por los que se llegaron a pagar altos precios.

4.- ANÁLISIS DEL TRATAMIENTO INFORMATIVO REALIZADO EN LOS DIARIOS *ABC* DE SEVILLA Y *EL PAÍS* EDICIÓN ANDALUCÍA

Se han elegido estos dos periódicos para realizar este estudio informativo, debido a que son los dos de mayor difusión en Sevilla e ideológicamente son contrapuestos. Por este motivo, se ha efectuado un análisis comparativo de ambos diarios para dar a conocer cuál ha sido el tratamiento informativo que han ofrecido de este gran evento social.

Nos encontramos con un diario conservador y declarado públicamente monárquico, frente a otro más progresista y menos comprometido informativamente con los valores de la Monarquía.

El análisis se ha realizado de los días sábado 18 y domingo 19 de marzo de 1995, correspondientes a la celebración de la boda y el día posterior al enlace. Hay que aclarar que la edición especial que sacó *ABC* por la tarde el mismo día de la ceremonia no se ha incluido en el estudio comparativo de ambos periódicos, ya que *El País* no lanzó ningún especial y no se puede hacer un estudio entre ambas ediciones vespertinas. Por ello, con la finalidad de establecer una visión lo más objetiva posible, exclusivamente se han analizado las informaciones aparecidas en las ediciones normales de ambos periódicos.

¹⁹ *ABC*, ed. Sevilla, 19 marzo 1999, p. 29.

²⁰ PUGA, M^a Teresa y FERRER, Eusebio: Op. cit., p. 268.

Dejamos constancia, como dato a tener en cuenta, de que *ABC* imprimió el día 18 una edición especial de ochenta páginas, dedicada a informar sobre la ceremonia, con portada en color de los novios recién casados, más de cien fotografías y una tirada de cien mil ejemplares. En este sentido, *ABC* destacaba en sus páginas de huecograbado el alarde informativo realizado para cubrir este evento:

“El sábado, dos horas después de haberse celebrado la boda real, *ABC* de Sevilla lanzaba una edición especial con una tirada de cien mil ejemplares. Con este esfuerzo informativo, *ABC* de Sevilla volvía a estar una vez más y como siempre desde su fundación al servicio de todos nuestros lectores”²¹.

En cuanto a los datos oficiales de difusión de ambos periódicos, la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD) no controlaba en 1995 las ediciones de Sevilla del diario *ABC* ni la de Andalucía de *El País*. Es a partir del año 1997 cuando la OJD procede a controlar las tiradas locales y regionales de dichos diarios²². Por este motivo no se recogen análisis comparativos sobre la difusión, sobre todo en el aspecto referido a la tirada anual de ese año, con respecto a la tirada que tuvieron ambos periódicos los días 18 y 19, respectivamente²³.

No obstante, se observa, a través del estudio de los artículos e informaciones recogidas de los dos diarios, que durante los citados días, especialmente el 19 -posterior a la boda- se produjo un incremento notable del consumo de periódicos en Sevilla, favorecida esta coyuntura además por el hecho de tratarse de dos días -sábado y domingo-, donde siempre hay una mayor venta de prensa, sobre todo los domingos.

A título ilustrativo, digamos que la difusión oficial -suministrada por la OJD- de *ABC* de Sevilla en 1997 fue de 57.905 ejemplares²⁴. Según las estimaciones de *ABC*, el viernes 17 de marzo de 1995 el diario se agotó con una tirada de más de 200.000 ejemplares:

“La expectación y la alegría que ha despertado la boda real en Sevilla se ve reflejada a cada paso que se dé en nuestra ciudad. *ABC*, desde el momento en que la Casa Real diera a conocer la elección de la capital hispalense para la celebración del enlace, ha venido ofreciendo la más completa información sobre cuanto se relacionara con el histórico acontecimiento. De ello es buena prueba el aprecio que hace el lector. Ayer, con una tirada de doscientos mil ejemplares, nuestro periódico se agotó en los periódicos”²⁵.

Por su parte, la edición especial que sacó el 18 de marzo, de 100.000 ejemplares, también se agotó en los quioscos esa misma tarde:

“*ABC* de Sevilla puso a las seis de la tarde de ayer en la calle una edición especial de ochenta páginas... sobre el enlace matrimonial. Con una tirada de cien mil ejemplares, la edición especial se agotó en menos de una hora, nada más ponerse a la venta en los principales puntos de venta del centro de la ciudad”²⁶.

²¹ *ABC*, ed. Sevilla, 20 marzo 1995, p. 7.

²² Según las informaciones facilitadas en marzo de 1999 por la OJD a la autora de este artículo. Como se trata de un dato voluntario que ofrece cada diario, en la mayoría de los casos sólo se facilita a la OJD las cifras de difusión de la tirada nacional, no la local o regional.

²³ Ninguno de los dos diarios consultados disponía del dato sobre sus tiradas en los días 18 y 19 de marzo de 1995.

²⁴ Datos facilitados a la autora del artículo, tanto de *ABC* de Sevilla como de *El País* edición Andalucía (43.802 ejemplares).

²⁵ *ABC*, ed. Sevilla, 18 marzo 1995, p. 12.

²⁶ *ABC*, ed. Sevilla, 19 marzo 1995, p. 3.

4.1.- Características de ABC

Se observan las siguientes peculiaridades:

* Gran alarde tipográfico (sobre todo en las páginas de huecograbado) y amplio despliegue informativo, con la edición especial de un vespertino que, con una tirada de 100.000 ejemplares, se agotó en una hora.

* Los días 18 y 19 este diario dedica portada, editorial y la Tercera (página 3 del periódico, reservada a insertar un artículo de un escritor o una personalidad de relevancia en el ámbito social, político o cultural).

Dedica una sección especial, denominada genéricamente BODA REAL.

* Numeroso aporte de documentación histórica y datos sobre la familia real.

* Información y opinión donde prevalece el valor de la Corona y la estimación del matrimonio como un sacramento.

* La boda está considerada como un acontecimiento social de primer orden y cuestión de Estado (al ser la infanta Elena la primogénita del Rey).

* En segundo término, informativamente este acontecimiento se resalta como una fiesta popular, donde el pueblo soberano participa y tiene un papel protagonista importante.

* Gran aporte de publicidad en sus páginas, hecho que no ocurre en *El País*. Anuncios que, en un amplio porcentaje, están relacionados directamente con la boda real.

* Aparecen muchas firmas de opinión que complementan la información. La mayoría son firmas fijas del periódico y otras colaboraciones especiales. Destacan: Carmen Iglesias, Manuel Barrios, José María Carrascal, Amando de Miguel, Jaime Campmany, Armas Marcelo, Gabriel Cisneros, Juan Luis Pavón y Ángel Pérez Guerra.

* Las viñetas de humor gráfico de Mingote y Martín Morales, como géneros de opinión que son, también se hacen eco del evento en un tono amable, alejado de una visión irónica o burlesca.

Análisis del día 18:

La boda real ocupa un 35,4% del total de las páginas del diario y la publicidad relativa al tema un 11%. Es decir, que del total de páginas (127), 45 están dedicadas a informar y opinar sobre el enlace. La publicidad tiene un espacio de catorce páginas. Casi la mitad del periódico se ha centrado en este tema.

* Creada una sección especial denominada BODA REAL.

* La portada está ocupada por este tema, bajo el titular: "Todo el esplendor de Sevilla, en honor a la Familia Real Española".

* La Tercera de ABC le dedica un artículo de Carmen Iglesias titulado "Educación de Príncipes".

* Uno de los tres editoriales de las páginas de opinión de ABC, el titulado "Sevilla, con la Familia Real", trata el tema, expresando una apuesta clara por la Monarquía:

“Creemos que la jornada que se dispone a vivir hoy nuestra ciudad habrá de señalarse con piedra blanca en los anales de la Historia. Porque Sevilla va a demostrar otra vez su afecto y su lealtad sin fisuras a la Familia Real Española”²⁷.

* El resto de la sección de Opinión también está ocupada por la boda real, concretamente con la columna El Baratillo de Manuel Barrios, titulada “Album de recuerdos”.

* En la sección de Hucograbado, un total de once páginas se refieren a la boda, incluido el apartado Las caras de la noticia.

* La sección especial de BODA REAL ocupa un total de 32 páginas (25,19%), de las cuales seis son de publicidad (páginas completas, con firmas comerciales felicitando a los novios). Entre otros grandes anunciantes se encuentran Tío Pepe, Leche Pascual, Ybarra, Mercedes-Benz y Caja San Fernando).

* También se recurre frecuentemente a completar las informaciones con gráficos e infografía: dibujos, caritas, etcétera. Un plano central del recorrido de la boda ocupa dos páginas. Gran despliegue fotográfico.

Análisis del día 19:

La boda real ocupa un 41% del total del periódico. De las 151 páginas del diario, un total de 61 se refieren al enlace matrimonial. Es decir, en este día casi la mitad del periódico está centrado en la ceremonia. También es importante destacar que prácticamente el 80% de la plantilla de redacción, excepto los redactores de las secciones de Economía y Deportes, han cubierto la información del enlace matrimonial.

* Portada y portadilla.

* Tercera de ABC, con el artículo de Amando de Miguel “Candelas para la Giralda”.

* Dos de los tres editoriales opinan sobre el tema. El primero titulado “La gratitud de Sevilla”, donde se expresa “el increíble comportamiento” de los sevillanos en reconocimiento a la decisión de la infanta de casarse en la ciudad: “Esta elección, familiar y sentimental, reverbera la dimensión universal de Sevilla, como símbolo de España en el mundo”²⁸. Y el segundo, “La boda”, indicando que el matrimonio celebrado ha sido una cuestión de Estado y un acontecimiento social, convertido por los medios audiovisuales “en espectáculo de multimillonaria audiencia”²⁹.

* La sección de opinión incluye tres artículos: “Paisaje real con figuras de Sevilla”, de Juan Luis Pavón; “Por qué Sevilla”, de Ángel Pérez Guerra; y “El respiro”, de Jaime Campmany.

* Aparecen firmas destacadas de tres periodistas de otros medios impresos que habitualmente cubren la información sobre la familia real española, como son Ana de Vaca de Osma, de la Agencia Efe; Marius Carol, de La Vanguardia; y María Angels Alcázar, de El Periódico. Así como firmas fijas del diario, como Jaime Campmany, Armas Marcelo y Gabriel Cisneros.

* La sección de BODA REAL ocupa 47 páginas (31,12%).

* En portada del diario se informa a los lectores de que en páginas interiores aparece un denominado “Album fotográfico de la boda real”, con abundante despliegue de fotografías, todas ellas en blanco y negro, excepto las páginas centrales que son a color.

4.2.- Características de *El País*

²⁷ ABC, ed. Sevilla, 18 marzo 1995, p. 25.

²⁸ ABC, ed. Sevilla, 19 marzo 1995, p. 29.

²⁹ ABC, ed. Sevilla. op. cit, p. 29.

El mensaje informativo del periodismo rosa

* Despliegue informativo mucho más moderado, tanto gráficamente como informativamente.

* Los días 18 y 19 incluyen esta información en portada, pero sólo el día 19 le dedica un editorial.

* La información no aparece como sección especial, sino como subsección dentro de la de España o Nacional, encabezada con el cintillo Boda Real.

* Las páginas de opinión destacan el afecto y respeto que los españoles profesan a la Casa Real, debido a su profesionalidad y sobriedad.

* La boda es considerada como un acto representativo e institucional, uniendo a este comentario el hecho de la vocación festiva que tienen los sevillanos a este tipo de noticias.

* Al igual que ABC, existe un despliegue de firmas conocidas, aunque en menor número y contando con colaboradores fijos de este diario, como son Rosa Montero, Maruja Torres, Manuel Vicent, Santos Juliá y Máximo.

Análisis del día 18:

Del total de las 64 páginas que tiene el diario, diez están dedicadas a la boda. Ello supone un 15,6% del total. En lo que se refiere a *El País* Andalucía, de las 16 páginas que ocupan esta edición regional, se dedican dos páginas (un 12,5%).

* Información de portada con foto. La fotografía, situada en el centro a cuatro columnas, aparece bajo el pie de foto: "Sevilla homenajea a los novios de La Maestranza", con las imágenes sonrientes de los Reyes, el Príncipe, la infanta Cristina y los novios, saludando en el palco real al coso sevillano. Remite a las páginas 22 a 26 de la sección España del periódico.

* Una página de la sección de Opinión trata el tema. La página de Editorial no dedica ningún comentario al respecto. Dos de sus tres editoriales tratan sobre temas internacionales ("La paz, en marcha" sobre Siria e Israel y la "Crisis turca") y uno sobre cuestiones nacionales ("Pecado fiscal").

* Dentro de la sección España, con el cintillo Boda Real, le dedica este periódico cinco páginas.

* No hay aporte publicitario.

* La sección de TV/Radio incluye una foto de la pareja sonriente, que ilustra el recuadro "Sugerencias", donde se informa, bajo el titular Boda real, que la sección de España, en la página 25, ofrece una guía completa de la cobertura televisiva de la boda en Sevilla.

Análisis del día 19:

Del total de las 55 páginas, catorce son para la boda. Es decir, un 25,4% del total, lo cual supone un mayor despliegue informativo que el día anterior. En la edición *El País* Andalucía, de las 16 páginas que trae, sólo dos se ocupan del tema (un 12,5 por ciento), al igual que el día 18.

* Portada con fotografía. Es la gran información de portada, que incluye una foto, situada en el margen superior y ocupando las cinco columnas del periódico. Remite a las páginas 15 a 24 y última, así como a editorial en la página 12. En el margen inferior, a dos columnas, en un pequeño recuadro, aparece otra información y una columna recuadrada en la derecha, con diversas noticias en forma de sumario.

En las páginas de opinión el editorial se encarga del evento. De los tres editoriales que aparecen, uno de ellos dedica un pequeño comentario titulado "La boda", alabando la sobriedad y profesionalidad de la Casa Real española.

* La sección España dispensa un tratamiento especial con el cintillo Boda Real, que tiene nueve páginas.

* La contraportada está dedicada a la boda, con el artículo fijo de Manuel Vicent “El Daguerrotipo”, titulado “Una estampa sepia”, con foto incluida.

4.3.- Coincidencias entre *ABC* y *El País*

El tratamiento informativo dispensado por ambos periódicos es similar, sobre todo en cuanto al estilo utilizado: tono amable, falta de crítica y destacando el ambiente festivo de Sevilla y los sevillanos para este tipo de acontecimientos sociales.

* Portadas: En las portadas de ambos periódicos, referidas al “día después” (el 19 de marzo de 1995), se resalta que la boda fue “una fiesta”. Los titulares de los dos diarios son, en cuanto a contenido, muy similares: “Sevilla fue una fiesta” (*ABC*) y “El calor de los sevillanos convierte la boda de la infanta Elena en una fiesta popular” (*El País*). La fotografía que ilustra ambas portadas es la misma, suministrada por la agencia Efe, en la que se observa como Jaime de Marichalar levanta el velo a su esposa, la infanta Elena, instantes después de que el arzobispo de Sevilla los declarase marido y mujer.

* Editoriales: Los editoriales del día siguiente a la boda, domingo 19 de marzo, son coincidentes en cuanto al título (“La boda”), la extensión y el hecho de considerar un acontecimiento institucional feliz y de fiesta popular. En ambos análisis periodísticos sale fortalecido el papel y la imagen de la Monarquía, prevaleciendo el tono amable y falta de crítica. En este sentido, indica *ABC* que:

“El matrimonio de la primogénita del Rey de España se ha superado con seriedad y brillantez. Todas las instituciones comprometidas con el buen fin de la ceremonia han cumplido”³⁰.

Por su parte *El País* manifiesta que:

“La sobriedad y la profesionalidad han distinguido a la Casa Real española de otras sumidas constantemente en el escándalo y la excentricidad. Sus miembros son conscientes de que en ello descansa buena parte de su popularidad y de la solidez de la institución”³¹.

4.4.- Diferencias entre *ABC* y *El País*

En las páginas anteriores se ha puesto de manifiesto que el diario *ABC* dedicó mayor espacio, tanto informativamente como gráficamente, al evento real. El despliegue informativo de *ABC* fue claramente superior al de *El País*, hecho que constata la importancia que para el primer diario tienen las noticias que afectan a la Casa Real, frente al segundo, cuyo tratamiento es mucho más mesurado³².

El País valora especialmente de la Casa Real española “la sobriedad y la profesionalidad” que le distinguen de otras sumidas constantemente en el escándalo y la excentricidad». Por ello, este diario reflexiona en su editorial del día 19 sobre la necesidad de recuperar “cierta sobriedad”, una vez pasado el feliz acontecimiento: “Mesura en todo y para todos”³³. En este sentido señala el editorial:

³⁰ *ABC*. ed. Sevilla. 19 marzo 1995, p. 29.

³¹ *El País*, ed. Andalucía, 19 marzo 1995, p. 12.

³² Ello sin contar con la edición especial vespertina que sacó *ABC* el día 18, con un total de 80 páginas.

³³ *El País*, ed. Andalucía, 19 marzo 1995, p. 12.

El mensaje informativo del periodismo rosa

“Mantener la sobriedad en un acto semejante, con el inevitable carácter representativo e institucional de la boda de la hija mayor del Rey, es difícil. Y más en el incomparable marco histórico-artístico y humano de Sevilla. Los sevillanos tienen vocación de fiesta, y por eso su bella ciudad era el escenario, con coro y público incluidos, que el día precisaba. Ahora que ha pasado el feliz acontecimiento, recuperemos cierta sobriedad”³⁴.

Por su parte, *ABC* deja claro su confesionalidad católica, cuando indica al inicio de su editorial del día 19 que: “Un matrimonio es un sacramento. Y así habrá sido interiorizado por dos creyentes, de firmísimas convicciones”³⁵. Asimismo, destaca que una vida regia es un acontecimiento social, pero los medios audiovisuales lo convierten en un “espectáculo de multitudinaria audiencia”. En el caso de la retransmisión televisiva de la ceremonia de Doña Elena, opina que se ha cubierto con rigor y seriedad informativa:

“Conjugar todas estas exigencias -la espiritualidad del sacramento, el recato de lo íntimo, el protocolo del estado, el brillo social y la alegría popular- representaba un difícilísimo reto. Se ha superado con seriedad y brillantez”³⁶.

En cuanto al tratamiento protocolario de la familia real, también se observan diferencias. En *ABC* el estilo protocolario es más rígido, guardando el orden en la mención de las personas o en la ordenación de las reseñas a la Casa Real y familia. La importancia que el citado diario concede a este tema queda reflejada en las páginas de su Libro de Estilo, donde se hace mención expresa a la forma en que sus periodistas deben redactar cuando se refieran a la familia real³⁷. En el caso de *El País* el estilo es mucho más flexible y relajado, permitiéndose en sus crónicas hacer mención simplemente a “Jaime o Elena”.

ABC siempre escribe con mayúscula los títulos de la familia real, como Infanta, Príncipe, etcétera, mientras que *El País* intercala, según el periodista que redacta la información, el tratamiento en mayúscula o en minúscula, indistintamente.

En *ABC* el “Don” y “Doña” acompañan a los nombres de Elena y Jaime, así como a los de la familia real. En *El País* sólo en contadas ocasiones.

A modo de anécdota, y para complementar las diferencias ideológicas entre ambos periódicos, se reseña a continuación el punto de vista crítico de algunos lectores de *El País* sobre el tratamiento ofrecido sobre el evento real.

En la sección de Opinión del Lector este diario recoge el lunes 20 de marzo de 1995 bajo el título “La Boda” -curiosamente aparece publicado dos días después de la celebración-, los únicos comentarios críticos que, desde sus páginas, pero fuera del ámbito del propio diario, se dedican a este tema. De las tres cartas al director que aparecen, dos están referidas a la boda³⁸.

El primer lector, autodenominado “republicano”, reflexiona sobre como el hecho de la celebración de la boda real, convierte en pura “anécdota simpática” la amenaza de convocatoria en las mismas fechas de una huelga de trabajadores de la hostelería sevillana. Por ello, escribe que: “Lo incluían ustedes como una anécdota simpática, en concordancia con el tono laudatorio, cursi, amable y absolutamente falto de crítica que han dado en todo momento a la boda”.

³⁴ *El País*, ed. Andalucía, 19 marzo 1995, p. 12.

³⁵ *ABC*, ed. Sevilla, 19 marzo 1995, p. 29.

³⁶ *ABC*, ed. Sevilla, 19 marzo 1999, p. 29.

³⁷ *Libro de Estilo de ABC*, Ed. Ariel, Madrid. 1993, pp. 133-134.

³⁸ *El País*, ed. Andalucía, 20 marzo 1995, p. 2.

Por su parte, el segundo comentario, firmado por tres lectores, tiene un tono más reivindicativo e indica que Andalucía nuevamente ha servido de escenario para traslucir una imagen festiva, folclórica, de “coro rociero”:

“El 18 de marzo se va a dar la vergonzosa constatación de una injusticia: una minoría va a reafirmar y a plasmar los privilegios de cuna. Para ello, vuelven a recurrir a nuestra tierra para que desarrolle su tradicional papel de animador, de coro rociero”.

Continúa señalando el rotativo:

“Todos sabemos que este sagrado enlace sólo servirá para adormecer y camuflar esta penosa y tensa situación por unos días -se refiere a los problemas socioeconómicos que tiene la región. ¡¡¡Viva Andalucía libre y viva la revolución!!!”³⁹.

5.- LA BODA REAL EN CIFRAS

Se ha referido anteriormente la expectación popular e informativa que despertó en Sevilla la boda real. Para cubrir la noticia se desplazaron más de 2.000 periodistas de todo el mundo. Por su parte, las imágenes de la televisión fueron captadas por doce unidades móviles, cien cámaras, siete manejadas con control remoto, once grúas, un travelling, ochenta enlaces distintos, un equipo manejado por cuatrocientos profesionales que permitieron ver, no sólo en España sino en medio mundo, el desarrollo de la ceremonia y el espectacular cortejo.

Francisco J. López en un artículo publicado en *El Mundo* resalta que el aluvión de medios de comunicación, “es un despliegue que sólo podría compararse al desarrollado con motivo de los Juegos Olímpicos de Barcelona en 1992”⁴⁰.

Según los datos recogidos por este periodista, la boda iba a ser visualizada por más de mil millones de telespectadores potenciales. La Casa Real, a través de la Subdirección-General de Relaciones de Cooperación, acreditó a 1.900 profesionales de prensa, radio y televisión, incluyendo los medios de comunicación extranjeros. Sólo los enviados especiales españoles (casi 1.600) superaban al número de invitaciones cursadas por la Casa real y la familia Marichalar (1.300).

Por su parte, para la retransmisión institucional de TVE se instalaron cien cámaras. Concretamente la directora y realizadora Pilar Miró contó con un equipo integrado por 300 profesionales de la televisión estatal. “Con estas cifras, bien podría calificarse como la boda reality o el enlace multimedia”⁴¹.

Por las características de la propia boda, unido al gran despliegue de medios de comunicación, este evento tuvo además importantes consecuencias económicas y promocionales para la ciudad. El presidente de la Junta de Andalucía, Manuel Chaves, hablaba, el día después de la celebración, de la “rentabilidad” de la boda real:

“Según el presidente del Ejecutivo autónomo, los propietarios de los hoteles y restaurantes han logrado importantes ingresos, cuantificados en varios miles de millones,

³⁹ *El País*, ed. Andalucía, 20 marzo 1995, p. 2.

⁴⁰ LOPEZ, Francisco J.: “Boda reality. Más profesionales de los medio informativos que invitados en la ceremonia de Sevilla, con un tremendo despliegue audiovisual”, en *El Mundo*, suplemento Comunicación, 10 marzo 1995, p. 4.

⁴¹ LOPEZ, Francisco J.: op. cit., p. 4.

El mensaje informativo del periodismo rosa

según Chaves, durante los días previos y posteriores a la boda de la infanta Elena. No dijo si los varios miles eran 2.900 o 99.000⁴².

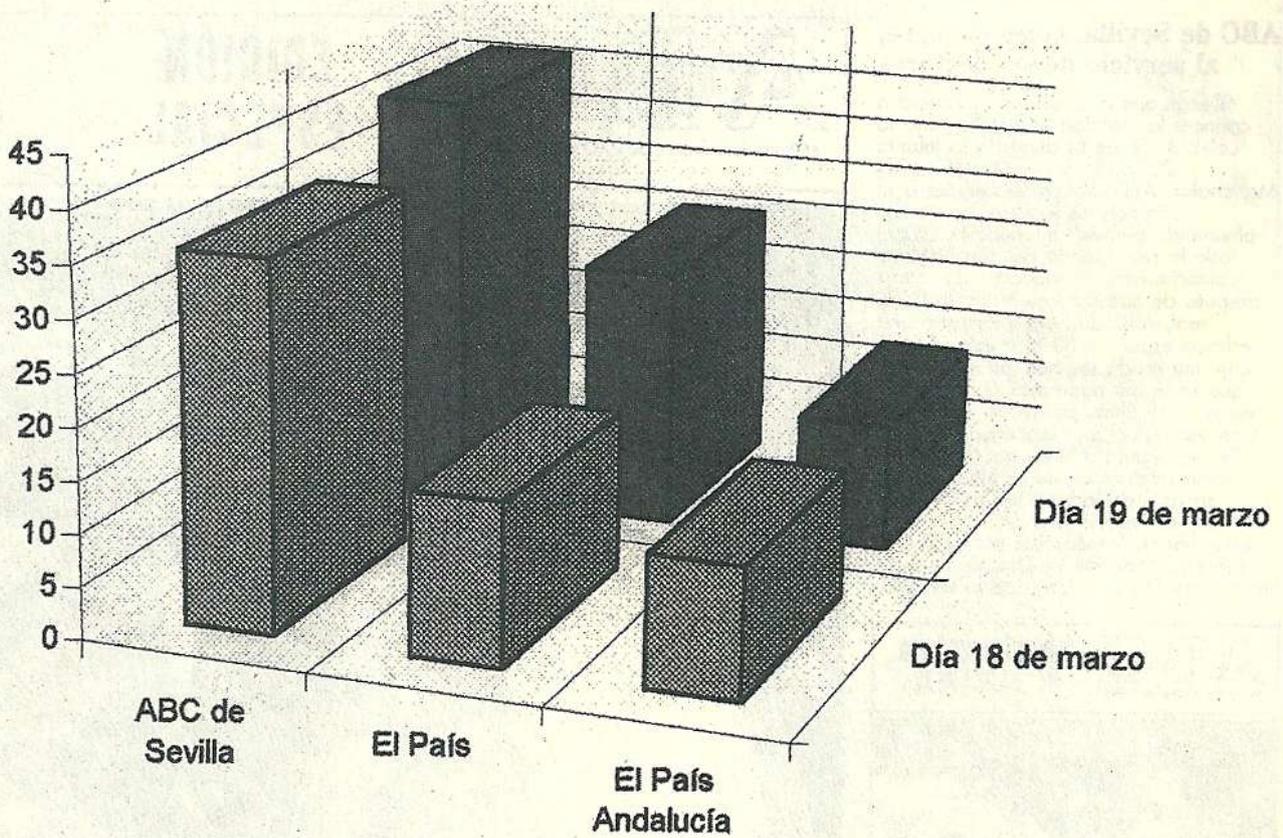
El periodista Jorge A. Rodríguez comenta que el enlace matrimonial ha sido visto desde la Junta de Andalucía

“como una gran campaña publicitaria dirigida a los millones de espectadores que, desde todo el mundo pudieron seguir el acontecimiento por televisión y cuyo coste nunca hubiera podido ser sufragado. Casi 400 fotografías y 159 páginas en la prensa nacional. Y todavía quedan las revistas del corazón”⁴³.

⁴² RODRÍGUEZ, Jorge A.: “Donde ayer era olé, hoy es aquí. Miles de personas recuerdan cada detalle del evento, paseando por el recorrido de la comitiva nupcial”, en *El País*, 20 marzo 1995, p. 17.

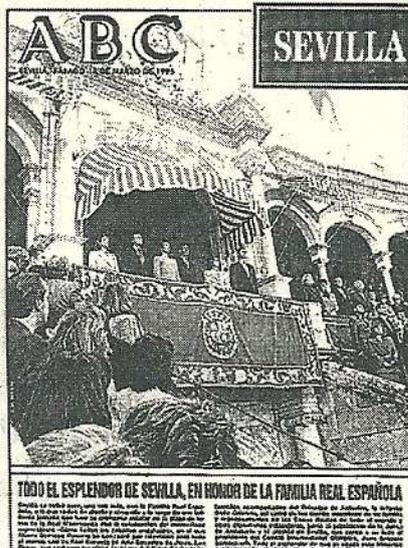
⁴³ *Ib.*, p. 17.

Porcentaje de páginas publicitarias según diario y día





LOS SINDICATOS MANTIENEN LA BUELAGA DE HOTELEÑOS PARA EL DÍA DE LA BODA REAL.



TODO EL ESPLendor DE SEVILLA, EN HONOR DE LA FAMILIA REAL ESPAÑOLA

ABC de Sevilla, como siempre, al servicio de sus lectores

Desde que la Casa del Rey diera a conocer la elección de Sevilla para la celebración de la boda de la Infanta Doña Elena con Don Jaime de Marichalar, ABC, fiel como siempre a su cita con los lectores, ha venido ofreciendo puntual información sobre todo lo relacionado con tan histórico acontecimiento. El sábado, dos horas después de haberse celebrado la boda real, ABC de Sevilla lanzaba una edición especial (junto a estas líneas) con una tirada de cien mil ejemplares que se agotó nada más ponerse a la venta en distintos puntos de la ciudad. Con este esfuerzo informativo, ABC de Sevilla volvía a estar una vez más y como siempre desde su fundación al servicio de todos nuestros lectores. Arriba, de izquierda a derecha y bajo estas líneas, las distintas portadas que sobre la boda de los Duques de Lugo hemos ofrecido a lo largo de la semana.

ABC
SEVILLA, SÁBADO 18 DE MARZO DE 1995

EDICIÓN ESPECIAL



ELENA DIJO SÍ A LAS 13,08

Eran exactamente las 13,08 de la tarde de hoy cuando se produjo el «sí» de S.A.R. la Infanta Doña Elena a requerimiento del arzobispo de Sevilla, monseñor Amalio Vallejo, que ofició la ceremonia nupcial en la capilla hospitalaria. En ese momento, la Duquesa de Lugo se convirtió en la esposa de Don Jaime de Marichalar y Soana de Toledo. Mil trescientos invitados asistieron en el interior de la catedral al rito reli-

gioso del matrimonio, y cerca de mil millones de telespectadores en toda el mundo pudieron contemplar, asimismo, la boda real de Sevilla. Millares de personas agasapadas en las calles rodeadoras a la Catedral vivieron a la feliz pareja en su recorrido hasta la Iglesia del Divino Salvador y posterior regreso al Real Alcázar. La luminosa jornada contribuyó al esplendor de la ceremonia. Información en páginas interiores.



SEVILLA FUE UNA FIESTA

ABC

SEVILLA, DOMINGO 19 DE MARZO DE 1995

ÁLBUM FOTOGRÁFICO DE LA BODA REAL



SEVILLA FUE UNA FIESTA

La imagen recoge el momento en que Don Jaime de Marichalar levanta el velo de su esposa, S.A.R. la Infanta Doña Elena, instantes después de que el arzobispo de Sevilla, monseñor Amigo Vallejo, los declarase marido y mujer tras la ceremonia religiosa celebrada solemnemente a mediodía de ayer en la Catedral hispalense. Toda la ciudad vivió intensamente una jornada inolvidable como un auténtico día de fiesta, en el que

incluso acompañó el buen tiempo. Al término de la función religiosa, los Duques de Lugo pasearon en carretela por el centro de Sevilla y fueron aclamados por millares y millares de personas que se agolpaban en el recorrido desde la Catedral al Salvador y posteriormente al Real Alcázar, donde a primeras horas de la tarde se sirvió un almuerzo en honor de los mil trescientos invitados. (Información en páginas interiores).

EL PAIS

EDICIÓN ANDALUCÍA

DIARIO INDEPENDIENTE DE LA MAÑANA

DOMINGO 19 DE MARZO DE 1995

Redacción, Administración y Talleres: Miguel Yuste, 40 / 28037 Madrid / ☎ (91) 337 82 00 / Precio: 110 pesetas. Con suplemento semanal: 275 pesetas / Año XX. Número 6.627



Jaime de Marichalar levanta el velo a su flamante esposa, la Infanta Elena.

MANUEL HERNÁNDEZ DE LEÓN (EPS)

La capital andaluza estalló en olés con el 'sí' de la novia en el primer enlace real desde 1906

El calor de los sevillanos convierte la boda de la infanta Elena en una fiesta popular

La primera boda real celebrada en España desde 1906 tuvo de todo. Espectáculo, emoción, dignidad y fiesta popular. Constituyó un paréntesis de diversión y relax para una ciudadanía inmersa desde hace meses en un

ambiente de escándalos y corrupción. Era la una y seis minutos de la tarde de ayer cuando Elena de Borbón y Grecia, de 31 años, la hija mayor de los Reyes, pronunciaba un firme sí ante el altar mayor de la catedral gótica de

Sevilla y ante decenas de millones de telespectadores en España y en todo el mundo. Se convertía así en la esposa de un aristócrata muy alto que trabaja en un banco: Jaime de Marichalar. También tiene 31 años.

Sevilla, puertas afuera de la catedral, con la primavera adelantada, 23 grados de temperatura y embriagada de azahar, estalló en un inmenso "olé". La ceremonia, sobria y magníficamente televisada por la realizadora Pilar Miró, duró 75 minutos.

Y ocurrió como en todas las bodas. La novia resplandecía con un traje de organza de seda

natural satinada de marfil y con una espectacular cola de 10 metros, pero llegó cinco minutos

tarde. Los padres de ella, los Reyes, se emocionaron. El novio se puso nervioso con las arras. Y el oficiante, el arzobispo de Sevilla, Carlos Amigo, recordó la importancia del amor.

Páginas 15 a 24 y última Editorial en la página 12

Escriben Santos Juliá, Rosa Montero, Maruja Torres y Manuel Vicent

La Unión Europea ofrecerá a Rusia un tratado de seguridad con la OTAN

Los ministros de Exteriores de la Unión Europea (UE), reunidos informalmente este fin de semana en Carcasona (Francia), acordaron ayer proponer a Rusia un tratado de seguridad con la OTAN a cambio de que el Kremlin no se dedique a obstaculizar la ampliación de la Alianza a los países del Este, antiguos socios de Moscú en el desaparecido Pacto de Varsovia.

Mientras, unas declaraciones del ministro de Exteriores luxemburgués, Jacques Poos, desataron ayer una oleada de rumores sobre la posible convocatoria para esta misma tarde de una reunión del Comité Monetario. Poos dijo que esa reunión y otra del G-7 (los siete países más ricos del mundo) "tendrían que dar una señal a los mercados".

Páginas 3 y 45

Depósito Azul

7'75% **8'50%** TAE

A PLAZO DE 15 DIAS A PLAZO DE 3 MESES

DESDE 1 MILLÓN • SIN COMISIONES

SIN RETENCION FISCAL

Tel. 901 11 11 11 BSA Banco Atlántico

DOMINGO

Guerrilleros del mar

Desventuras de los pescadores españoles por los caladeros de todo el mundo

EL AVE de Franco

Salinas, final tragicómico

Sudán, la guerra más larga del mundo

LECTURA Memorias de Gila

PERFIL Hristo Stoichkov

NEGOCIOS Chaparrón sobre la peseta

BODA REAL

Sevilla coreó con un "¡olé!" el 'sí' de Elena

La Infanta se olvidó de pedir la venia al Rey antes de casarse con Jaime de Marichalar

MABEL GALAZ, Sevilla
Elena de Borbón y Grecia, la hija mayor de los reyes de España, contrajo ayer matrimonio con Jaime de Marichalar y Sáenz de Tejada, cuarto hijo de la condesa viuda

de Ripalda. Un total de 1.300 invitados, entre ellos 300 representantes de 38 casas reales, y todo el Gobierno español en pleno asistieron al enlace en la catedral de Sevilla. En la calle, miles de sevillanos siguie-

ron la ceremonia con entusiasmo desbordado y corearon un estruendoso "¡olé!", que se escuchó dentro del templo, cuando Elena dijo sí. Los novios, ambos tienen 31 años, se convirtieron en marido y mujer a

la una y seis minutos de la tarde de un día luminoso y primaveral con olor a azahar. Fue una boda en la que la familiaridad y el afecto ocultaron el rígido protocolo establecido para los enlaces reales.

Como en cualquier boda, hubo retraso de la novia —llegó cinco minutos tarde—, lágrimas —de ella y de su abuela doña María de la Mercedes—, y emoción de los padres. La Reina no dejó de sonreír y hacer gestos cariñosos a su hija, durante los 90 minutos que duró el enlace; y el Rey actuó como ejemplar padrino dejando todo el protagonismo a los novios. Hasta hubo errores a pesar de los numerosos ensayos. Elena se olvidó de pedir la venia a don Juan Carlos antes de aceptar por marido a Jaime, como indica el protocolo.

La Infanta llegó a la Catedral del brazo de su padre el Rey, que no oculta estos días lo feliz que está por la boda. Pasaban cinco minutos de las 12.30 horas cuando la novia cruzó el umbral de la Puerta de Campanillas. Desde los Reales Alcázares hasta el templo la familia real realizó los 200 metros del recorrido a pie. Doña Sofía, del brazo de su hijo el príncipe de Asturias, vitoreaba incesantemente por las más jóvenes al grito de "¡Felipe, guapo!". Cerraban el cortejo la novia y el padrino. Muy sonrientes ambos, saludaban al gentío que abarrotaba la plaza. En esos momentos se desvelaba el secreto mejor guardado de estos días: el traje. Elena estaba guapa de novia. El modelo era sencillo pero espectacular.

Lo primero que vio la novia al llegar al templo fue a sus amigos, dispuestos en un lateral cerca de la Puerta de Campanillas. Ellos, al verla, se inclinaron respetuosamente y Elena sonrió. Una cola de 10 metros se desprendía del talle de la novia; de la cabeza se deslizaba un velo de tul que brotaba de una corona helénica de brillantes que ya lució doña Sofía en su boda.

Los largos metros de tela que adornaban el traje provocaban pequeños incidentes que relajaron la emoción del momento. Los pajes pisaban, jugueteaban, el velo y María Zuriña, prima de Elena e hija de la infanta Margarita, no hacía más que agacharse para colocar todo en su sitio.



Doña Elena y Jaime de Marichalar sonríen en dirección a la madre del novio, Concepción Sáenz de Tejada.

MARIANA FLORES

Hasta el Rey, en más de una ocasión, ayudó a su hija en esta difícil tarea estética.

En el altar, Jaime de Marichalar esperaba a la novia, donde había llegado acompañado por su madre, la condesa viuda de Ripalda. Allí ya se encontraban la reina y sus otros dos hijos, el príncipe Felipe y la infanta Cristina. La condesa de Barcelona ocupaba un lugar preferente junto a los familiares, más cercanos de los contrayentes, y los 18 testigos. Jaime saludó a Elena con un beso que apenas le llegó, ya que ocultaba su rostro bajo un tupido tul.

El arzobispo de Sevilla, Carlos Amigo, ofició la ceremonia. En la homilía recordó la importancia del amor, del que dijo que

es todo en la vida. "Hombre y mujer serán como una sola cosa porque uno sólo es el amor que han recibido" dijo. "No se trata de renunciar a lo que cada uno tiene como propio, sino de compartir y de dar, de vivir el uno para el otro sin reservarse nada a cambio, a no ser el buen deseo de quererse más cada día".

Elena miraba a Jaime. Ella se mostraba tranquila, quizá más risueña de lo habitual. Él, más serio, dejaba ver su nerviosismo frotándose las manos o moviendo las mandíbulas sin parar. La Reina no quitaba ojo a su hija. El Rey, tampoco. Y doña María de las Mercedes, como todas las abuelas, lloraba de emoción.

Elena dijo sí bajito y se olvidó de pedir la venia al Rey. En ese

momento miraba a su novio. Apenas se escuchó su asentimiento en la Catedral, pero en la calle la gente lo supo por la radio y estalló de júbilo. Hasta el templo llegó el clamor.

Jaime, que estuvo a punto de dejar caer las arras al suelo a causa de la tensión, le retiró el velo cuando el arzobispo proclamó: "Os declaro marido y mujer". Entonces el tul provocó otra anécdota: "Jaime, más atrás", pidió la Infanta a su ya marido. Y él, solícito, obedeció. No hubo beso. La Reina anudó las manos, apretándolas en un gesto de cariño hacia el nuevo matrimonio. El Rey, con una seña, pidió a Elena que le mostrase el anillo que ya lucía en su mano izquierda.

Tras la comunión, los novios no pararon de hablar. En un momento dado se volvieron para ver a los pajes, algunos, hijos de amigos suyos y, otros, sobrinos. Los niños, cansados, chupaban los lazos de sus vestidos. Uno de ellos, al descubrir que la novia le miraba, se acercó a ella. Un testigo le frenó dándole un caramelo.

Eran las dos cuando la ceremonia concluyó. La novia besó a sus padres. Recibió, emocionada, la felicitación de sus hermanos y, ante su hermana Cristina, sonrió. Del brazo de su esposo se encaminó a la Puerta de Palos por un pasillo flanqueado por reyes y príncipes. Fuera esperaba Sevilla. En la Plaza Virgen de los Reyes se oyó: "Ea, la niña Elena ya se ha casado".

Con Mozart y Bach

J. Á. VELA DEL CAMPO
La expresión intensa y llena de gozo de la reina Sofía mientras escuchaba el *Ave María* de Tomás Luis de Victoria, en el momento central de la boda de su hija, ponía de manifiesto su conocida gran pasión por la música. En su cuidadísima selección para la ceremonia, la reina había tenido especialmente en cuenta a dos de los compositores preferidos de la infanta Elena: Mozart y Bach.

La humanísima y vibrante *Misa de la coronación K317* en do

mayor, y el profundo e intimista motete a cuatro voces *Ave Verum* en re mayor K618 de Mozart, llenaron de belleza sonora los espacios de la catedral de Sevilla. La *Sinfónica* de la ciudad hispalense, con su titular V. Sutej al frente, el Coro Nacional y las voces solistas de la canaria María Orán, la madrileña María Aragón, el sevillano Manuel Cid y el donostiarra Alfonso Echeverría, estuvieron a la altura que la situación requería. El operístico y siempre operado *Agnus Dei* de la

Misa de la coronación, tan cercano en espíritu al aria *Dove Sono* de *Las bodas de Figaro*, tuvo en la soprano María Orán una lección de gran sensibilidad.

El extraordinario coral *Jesús es mi alegría* de la cantante 147 de Bach acompañó el momento de la Comunión. Fue una de las climas musicales del acto, magníficamente resaltada por la realización televisiva de Pilar Miró. De Bach se había escuchado en los momentos previos a la boda la *Fantasia* y *Fuga en sol menor*, den-

tro de una selección de obras para órgano interpretadas por José Enrique Ayarra en que se incluían varias tocatas y suites de compositores franceses del XIX y *El canto de caballero* de Cabezon, uno de los grandes músicos españoles del XVI. La música en la catedral concluyó brillantemente con la alegría explosiva del *Aleluia* del oratorio *El Mesías* de Haendel. Después, continuaría en la Iglesia de El Salvador con una popular y emotiva *Salve* rociera.

Antonio Pereira
Las ciudades
de Poniente

En las ciudades de Poniente las tardes son lentas y propicias para el vino y la confidencia, y quienes viven en ellas o las visitan terminan acostumbrándose a que las tardes sean la más natural del mundo. Todo es posible en las ciudades de Poniente, y el lector lo acepta como si el mismo fuera parte o testigo de los relatos. Es la fuerza de la voz inconfundible de un narrador del noroeste, que nos suena cercano y amigable como de un hombre que cuenta historias junto al fuego. *Las ciudades de Poniente* recibió el premio Torrente Ballester en 1993.

Anaya & Mario Muchnik

