

Trabajo Fin de Grado

Representación de la religión por Elpais.com,
Abc.es, Elmundo.es y eldiario.es a través de su
cobertura informativa

Representation of religion by Elpais.com, Abc.es,
Elmundo.es and eldiario.es through
their news coverage

Autora

Sonia Bambó Pilarcés

Director

Daniel Horacio Cabrera Altieri

Grado en Periodismo
Facultad de Filosofía y Letras
2019-2020

Resumen

La religión y los medios de comunicación se alzan como dos áreas que intervienen en la construcción social. Mientras la religión ha estructurado y definido la sociedad actual, los media influyen sobre las personas aportando los temas y los respectivos marcos de interpretación en los que pensar, como define la teoría de *agenda setting*. A pesar de la importancia de la religión en la historia y en la vida de muchos ciudadanos, los medios de comunicación no aportan protagonismo a la religión con una cobertura informativa, que trata a la religión desde un sesgo negativo y con una notable ausencia de pluralismo religioso, siendo la religión católica y su iglesia el centro de los textos periodísticos.

Palabras clave: religión, *agenda setting*, Elpais.com, Abc.es, Elmundo.es, eldiario.es, tratamiento informativo, cobertura, Iglesia católica, criterios de noticiabilidad.

Abstract

Religion and the media have emerged as two areas involved in social construction. While religion has structured and defined the today's society, the media influence people by contributing the themes and the respective frameworks of interpretation in which to think, as defined by the theory of *agenda setting*. In spite of the importance of religion in the history and life of many citizens, the media do not bring prominence to religion with news coverage, that treats religion from a negative bias and with a notable absence of religious pluralism, with the Catholic religion and its church at the centre of journalistic texts.

Key words: religion, *agenda setting*, Elpais.com, Abc.es, Elmundo.es, eldiario.es, news treatment, coverage, Catholic church, newsworthiness criteria.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Justificación	1
1.2. Objetivos	2
1.3. Hipótesis	2
1.4. Metodología	3
1.5. Estado de la cuestión	5
1.5.1. Breve evolución de la religión en la prensa española	6
2. MARCO TEÓRICO	8
2.1. Definición sociológica de la religión	8
2.2. La religión como construcción de la realidad social	9
2.2.1. El proceso de secularización: la religión en la conciencia individual	10
2.3. Los medios de comunicación como definidores de la realidad social	12
2.4. La teoría de <i>agenda setting</i> : la vinculación de la agenda mediática a la agenda pública	13
2.4.1. El <i>newsmaking</i> : los criterios de noticiabilidad	14
2.5. Breve exposición de los diarios digitales analizados	17
3. CONTEXTO DEL PAPEL DE LA RELIGIÓN EN LA ACTUALIDAD	19
3.1. La religión en la Europa del siglo XXI: el camino hacia la secularización	19
3.2. La evolución de la religión en España (siglos XX-XXI): el catolicismo pierde fuerza en la España contemporánea	20
4. RESULTADOS DEL ANÁLISIS	22
4.1. Análisis conjunto de la cobertura de los cuatro diarios digitales según los criterios de <i>agenda setting</i>	22
4.2. Análisis conjunto de la cobertura de los cuatro diarios digitales según los criterios de noticiabilidad	28
4.3. Análisis comparado de la cobertura de cada diario digital según los criterios de <i>agenda setting</i>	30
4.4. Análisis comparado de la cobertura de cada diario digital según los criterios de noticiabilidad	44
5. CONCLUSIONES	52
6. BIBLIOGRAFÍA	56
7. ANEXOS	62
Anexo 1. Índice de gráficos y tablas	62
Anexo 2. Publicaciones Elpais.com	63
Anexo 3. Publicaciones Abc.es	108
Anexo 4. Publicaciones El mundo.es	123
Anexo 5. Publicaciones eldiario.es	135
Anexo 6. Distribución publicaciones por mes	147
Anexo 7. Distribución publicaciones por género	148
Anexo 8. Distribución publicaciones por sección	149
Anexo 9. Distribución publicaciones por extensión	150
Anexo 10. Distribución etiquetas	151

1. INTRODUCCIÓN

Los documentos que rigen los principales organismos internacionales, así como las cartas magnas de las naciones expresan la igualdad de los individuos sin dejar lugar a discriminación por nacimiento, raza, sexo, religión u opinión.

En los últimos años se ha asistido a la aprobación de leyes que exponen la diversidad en las actuales sociedades. Sin embargo, el avance en ciertas áreas o de determinados colectivos ha sido en detrimento, en ocasiones, de otros grupos sociales, como muestra la religión. Los argumentos religiosos se oponen, en ocasiones, al ideario del siglo XXI. Estas diferencias son entendidas como conflictos que se enmarcan en el constante anhelo de desvincular la religión de cualquier área social, a pesar de que precisamente la religión ha sido y continúa siendo la gran definidora de las distintas naciones, culturas e imaginarios individuales.

Los medios de comunicación reflejan estos cambios sociales al mismo tiempo que los impulsan. Una realidad que no ocurre cuando se trata de los hechos religiosos aún, cuando la religión cumple un papel esencial en la sociedad y en la que se engloban colectivos religiosos.

Los medios de comunicación han de ser conscientes de la cobertura y tratamiento periodístico realizado sobre la religión para devolver el lugar que le corresponde a esta por su relevancia en la sociedad, como muestra la sociología y el auge del pluralismo religioso.

1.1. Justificación

El presente estudio se centra en la religión por motivos personales y periodísticos ante la importancia que resulta conocer si esta área presente en el ADN de la sociedad y en las personas recibe la cobertura periodística adecuada en la línea de su relevancia.

Conocer la cobertura y tratamiento periodístico que recibe la religión es esencial para determinar la función de los medios de comunicación en la definición de religión en la sociedad actual y detectar si existe discriminación mediática por religión.

1.2. Objetivos

El presente trabajo tiene como objetivo general analizar el tratamiento periodístico en el sentido de construcción social de la realidad, a través de la cobertura de acontecimientos religiosos, la clasificación de noticias y el uso del término "religión" en las ediciones digitales de Elpais.com, Abc.es, Elmundo.es y eldiario.es.

Además, los objetivos específicos son los siguientes:

- i. Constatar el grado de presencia de la religión en los medios de comunicación.
- ii. Analizar la cobertura de los medios de comunicación seleccionados con los acontecimientos religiosos.
- iii. Identificar el tratamiento que la información de carácter religioso recibe por parte de Elpais.com, Abc.es, Elmundo.es y eldiario.es.
- iv. Examinar el uso del término "religión" que los medios de comunicación digitales analizados realizan.
- v. Comparar la definición implícita de religión aportada por Elpais.com, Abc.es, Elmundo.es y eldiario.es a través de sus etiquetas con la definición establecida por la sociología de la religión.
- vi. Reflexionar sobre el concepto de religión que estos medios digitales crean a través de sus informaciones.

1.3. Hipótesis

El trabajo parte de tres premisas:

- i. La inexistencia de una sección exclusiva dedicada a la religión ni en Elpais.com ni en Abc.es, Elmundo.es y eldiario.es, conlleva a la ausencia de un tratamiento específico y adecuado de los temas religiosos.
- ii. Como consecuencia de lo anterior, hay una gran ausencia de pluralismo religioso y, por tanto, una centralidad de noticias referidas a la Iglesia Católica Romana Apostólica.
- iii. El criterio de noticiabilidad que rige la información religiosa es: las malas noticias son en realidad las buenas noticias.

1.4. Metodología

La metodología empleada para la persecución de los objetivos se basa en el análisis de la clasificación y tratamiento de la religión que *Elpais.com*, *Abc.es*, *Elmundo.es* y *eldiario.es* desarrollan a través de sus informaciones.

La selección de estos se sustenta en los datos del Marco General de los medios en España 2019 y la Oficina de Justificación de la Difusión al indicar que los cuatro diarios se encuentran entre los que lideraron el *ranking* de audiencias en el año 2018 y 2019, la representación de diferentes líneas editoriales e ideológicas respecto a la cuestión religiosa y que son medios de comunicación generalistas.

Ninguno de los cuatro medios digitales -*Elpais.com*, *Abc.es*, *Elmundo.es* y *eldiario.es*- posee una sección propia de religión. Este hecho llevó a un análisis temático de la palabra "religión" a través del buscador de cada uno de los medios, poniendo en el centro del análisis las etiquetas por las cuales cada diario clasifica los contenidos relacionados con la religión. El uso de las etiquetas se fundamenta en su cohesión con el contenido del texto y la extensa variedad de temas en las publicaciones, precisando de esta herramienta para conocer de forma rápida y eficaz la temática de los textos y la definición de "religión" en su vinculación al resto de etiquetas.

López (2011) comenta que las etiquetas discursivas actúan en la interpretación del texto anunciando la presencia de determinados aspectos en el discurso, reactivan la información previamente citada, recuperando esta e interpretándola. Se adelanta el enfoque informativo siendo un mecanismo de cohesión, que establece el contenido del texto (López, 2011). La misma idea mantienen Gómez y Uzcanga (2006) al afirmar que cada etiqueta semántica aporta las características de tipo y género del texto.

En este sentido, se hace uso del término "campo semántico" para expresar el conjunto de etiquetas con un denominador común de significados pertenecientes a una misma temática. La Real Academia Española de la Lengua (s.f.) define este concepto como "conjunto de unidades léxicas de una lengua que comparten un núcleo común de rasgos de significado".

La recogida de las informaciones se ha basado en el método de la semana construida, el cual consiste en analizar un amplio periodo de tiempo sin la necesidad de revisar las noticias de cada día de los cuatro medios digitales. De manera que, para obtener una muestra representativa de un año -desde el 1 de diciembre de 2018 al 30 de noviembre de 2019-, esta metodología permite considerar un día de cada semana. Se comienza por el lunes de la primera semana del año a analizar, seguido del martes de la segunda semana y así sucesivamente. "El muestreo semanal construido supone una variación cíclica del contenido para diferentes días de la semana y requiere que todos los días de la semana estén representados" (Stempel citado en Riffe, Aust, Lacy, 1993: 135).

De esta forma, se reduce la muestra a examinar y se evitan distorsiones propias del tiempo seleccionado, puesto que el año comprende diferentes festividades religiosas, siendo algunas de ellas recogidas por los medios de comunicación, y se supera la variación del contenido entre las semanas.

El análisis de los textos periodísticos se fundamenta en una metodología cualitativa desarrollada en base a los criterios de la teoría de *agenda setting*. De la cual se extrajo como factores clave la tematización, centralidad, homogeneidad, atributos, relevancia, importancia social, énfasis, omisión, repetición, frecuencia y cantidad de los artículos. Y para el análisis de estos era preciso conocer el número de textos, el género, la sección, la extensión, las etiquetas (para estudiar la tematización), los atributos, es decir, adjetivos y adverbios, criterios extraídos de las informaciones.

Del mismo modo, ante los objetivos y premisas planteados y debido a su vinculación con la teoría de *agenda setting*, se recogió los criterios de noticiabilidad. Entre los criterios recogidos por los diferentes autores se seleccionaron los que permiten su comprobación con la mayor facilidad y objetividad posible.

Además, el análisis se sustenta también en una metodología cuantitativa, posibilitando conocer el espectro de cada uno de los criterios analizados. Se cuantifica la presencia de la información religiosa y su tratamiento comparando así su semejanza a la definición sociológica de la religión, en concreto, la

aportada por Peter L. Berger, buscando entender el papel de la religión en la sociedad.

Precisamente que la obra de Berger se sustente en estudios anteriores de la religión superando a los autores clásicos, la influencia de diferentes sociólogos determinantes en él, la redefinición de conceptos tradicionales, la elaboración de teorías significativas sobre la sociología del conocimiento y de la religión (Uña, 1998) son los motivos de su elección para el presente análisis.

1.5. Estado de la cuestión

La cuestión de la religión ha sido tratada por la sociología y la antropología, sin embargo, hay una menor investigación sobre la cobertura periodística de la religión. Además, la investigación disponible está centrada en la religión católica.

Entre los trabajos que abordan la religión y los medios de comunicación se encuentra el número 13 de la Revista francesa de las Ciencias de la Información y Comunicación (2018), donde se aborda la tensión generada entre ambos campos desde un enfoque epistemológico; la construcción de los medios sobre aspectos concretos religiosos, como el activismo religioso; la visión de la religión católica aportada desde otro tipo de géneros como las series de televisión; el significado de la religión en diarios como *Le Monde*; la estrategia de comunicación y uso de esta por el Vaticano; y el papel de ciertos medios, en este caso, una cadena de radio como guía espiritual y relajación del mensaje religioso.

Del mismo modo, artículos dentro de la revista analizan momentos históricos concretos con el objetivo de demostrar el vínculo inquebrantable de la religión y los media como constructor de la nación en base a una etnia. Asimismo, se enmarca la conexión entre la democracia y la proliferación de una comunicación religiosa en Ghana y Togo.

El número abarca estudios sobre otras confesiones no católicas, como es el trabajo sobre el papel de un canal musulmán egipcio y su influencia en el área política; el análisis de la televisión libanesa y su sectarismo religioso; o la

cobertura puesta en duda de un canal televisivo brasileño respecto de la mayor organización protestante de Brasil.

Se encuentran otros trabajos académicos sobre la religión y los media centrados en el análisis del tratamiento informativo y basados en la representación religiosa en los editoriales de diarios españoles; el tratamiento mediático de las minorías religiosas en periódicos de España; o en las características de la información sobre el hecho religioso y su aproximación en la prensa española. La búsqueda de análisis muestra la presencia de materiales que unen tratamiento informativo y religión.

1.5.1. Breve evolución de la religión en la prensa española

El conjunto de los anteriores documentos mencionados posibilita exponer la evolución del tratamiento informativo religioso en la prensa española a lo largo de las distintas etapas históricas.

La evolución de la sociedad civil y de las propias comunidades religiosas han conducido a una alteración en la presencia de la religión en los medios de comunicación de España (Pou, 2008).

Esta autora explica que, durante el tiempo del periodismo ideológico, los contenidos religiosos formaban parte de las páginas de los diarios. Eran entendidos como puntos clave para analizar la actualidad; el contexto de entonces precisaba recurrir a un punto de vista religioso. La prensa que escogía una mirada religiosa se clasificaba como la "buena prensa", denominación contraria recibía la prensa que se posicionaba en contra de lo religioso. "A lo largo del siglo XIX y principios del XX, la religión era una realidad que debía ser defendida o atacada desde la prensa católica y desde la prensa liberal, respectivamente" (Pou, 2008).

Posteriormente, la etapa del periodismo informativo derivó en el traspaso de las ideas políticas y religiosas a las páginas de opinión, en concreto, a los espacios destinados a defender la línea editorial del medio. Un discurso periodístico riguroso se alzó por encima de la subjetiva defensa de lo religioso, que había imperado con un carácter apologético durante la dictadura franquista, consiguiendo así equilibrar los contenidos de actualidad (Pou, 2008).

Siguiendo a esta autora, la nueva etapa con la llegada de la democracia, la religión continúa presente en las informaciones ante el debate de cuál era el papel que esta área debía cumplir en la formación del nuevo orden político. Una vez instaurado este, la religión se sitúa en un segundo o tercer plano, pasando otros contenidos por encima de la información religiosa. Las declaraciones de responsables de organizaciones religiosas respecto a la vida pública eran los contenidos principales de índole religiosa. Los años siguientes, Pou (2008) indica que lo religioso es introducido en los medios como elemento de debate político o elemento interpretativo necesario en el relato periodístico.

De forma que este reduccionismo de la información religiosa, según Bru (1996) se basa en una menor presencia de este tipo de contenido, un tratamiento subjetivo de estos y presentación de la religión como un debate entre una ideología u otra.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Definición sociológica de la religión

La sociología es definida por Giddens y Sutton (2018) como “el estudio científico de la vida humana, los grupos sociales, las sociedades en su conjunto y el mundo de los seres humanos como tal” (p. 27). Entre los fundadores de esta disciplina se hallan Auguste Comte, Émile Durkheim, Karl Marx, Max Weber, siendo los tres últimos los autores clásicos de la sociología de la religión, cuyas obras y conceptos recoge Peter L. Berger.

Definir “religión” ha sido una tarea exhausta que ha resultado en un debate y falta de acuerdos por parte de los sociólogos de la religión (Giddens y Sutton, 2018). De hecho, Aldridge (2007, p. 30) afirma que “no existe una definición universalmente aceptada de religión, y nunca la habrá”.

Giddens y Sutton (2018) señalan la existencia de tres tipos de definiciones sociológicas de la religión: definiciones inclusivas, que “contemplan la religión como un aspecto fundamental de la vida humana (...) necesario para nuestra sociedad” (p. 800); definiciones exclusivas, por las cuales la religión se relaciona con un sistema de creencias y, por tanto, con “una realidad trascendente” (p.800); y las definiciones de uso, que entienden la religión como elemento de construcción social. Estas últimas son las utilizadas por Berger.

Este autor destaca la aportación de Thomas Luckmann, quien entiende la religión como la capacidad del ente humano de trascender su naturaleza biológica mediante la construcción de universos con significados objetivos, implementadores de una moral y que todo lo abarcan. La religión es el fenómeno antropológico por excelencia; se entiende todo lo humano como autotranscendente y, por ende, religioso. Por ello, la definición dada por Berger es en torno a la cuestión de un cosmos sagrado (Berger, 1971).

El contexto aportado por este sociólogo para comprender su concepción de religión pasa por dos afirmaciones claves: el hombre es un producto de la sociedad y la sociedad es un producto del hombre. Por naturaleza el hombre precisa abrirse al exterior para desarrollar su personalidad en un mundo construido por la propia actividad humana. Un mundo que recoge y expresa las

construcciones realizadas por el hombre, como la cultura, que resultan inestables. Así se confirma que la sociedad es un elemento de la cultura siendo percibida como existencia objetiva (Berger, 1971).

Siguiendo a este autor, la naturaleza objetiva de la sociedad se manifiesta a través de su poder de coerción, es decir, "la sociedad dirige, sanciona, controla, y castiga si es preciso la conducta individual" (p.27). Es la propia experiencia la que define el mundo socialmente construido.

Berger (1971) explica que el mundo es un *nomos*, un orden con sentido que ordena la experiencia de los seres humanos, es la construcción de significados, actividad en la que participa constantemente el hombre. Cuando el *nomos* se normaliza -procedimiento denominado cosmización, es decir, las significaciones del mundo desarrolladas por el hombre se abrazan con el mundo como tal- aparece la religión como proceso por el cual se establece un mundo distinguido por un carácter sagrado. "Podemos, pues, afirmar que la religión ha desempeñado un papel estratégico en la empresa humana de construcción del mundo (...) la religión es el intento audaz de concebir el universo entero como algo humanamente significativo" (p.50).

2.2. La religión como construcción de la realidad social

El mundo socialmente construido precisa un control social que asegure su existencia y continuidad. A su vez, el orden social se sustenta en un proceso de legitimación definido como "un conocimiento socialmente objetivado, que sirve para justificar y explicar el orden social (...) son respuestas a cualesquiera preguntas acerca del «porqué» de cada distinta solución institucional". (Berger, 1971: 52).

Siguiendo esta línea, Berger (1971) afirma que la religión ha sido históricamente el medio por excelencia de propagación y el más efectivo de legitimación. La realidad social se entiende desde el punto de vista de la religión y, por ende, tiene una base sagrada; lo que acontezca en el mundo será un reflejo de lo sucedido en el cosmos. Por tanto, si el hombre participa en el orden institucional, también estará colaborando en el cosmos divino.

Este autor reitera la identidad del hombre unida a la realidad sagrada que define el universo, por ejemplo, si la función de "padre" está legitimada y basada en unos preceptos sacros, este papel queda reforzado y, por tanto, el padre debe cumplir con lo que se espera de él según marca lo divino. La legitimación religiosa señala el orden social e ir en contra de este será sinónimo de caer en el caos.

Berger (1971) puntualiza que uno de los caminos para la legitimación religiosa es el ritual religioso al servir como recordatorio de la realidad y legitimaciones correspondientes. Por ello, la religión ha formado parte de la vida cotidiana de las personas; la sociedad cristiana se mantiene por unas estructuras sociales en las que la religión sigue vigente y es reproducida a través de generaciones. "Es la misma actividad humana que produce la sociedad la que «produce» la religión" (p. 77).

Además, la religión ha sido el medio para legitimar otro tipo de realidades, como la muerte, situaciones que sobrepasan la conciencia humana, explicándolas como realidades sacra. "El poder de la religión depende, entonces, de la credibilidad de las consignas que ofrece a los hombres cuando (...) caminan, inevitablemente, hacia la muerte" (Berger, 1971: 82). Así, la religión aporta al individuo sentido sobre el mundo.

2.2.1. El proceso de secularización: la religión en la conciencia individual

Berger (1971) entiende por secularización "el progreso por el cual algunos sectores de la sociedad y de la cultura son sustraídos de la dominación de las instituciones y los símbolos religiosos" (p.154). Determinadas áreas bajo control de las iglesias cristianas dejan de estarlo y, además, la religión se abandona como el centro de la cultura.

Siguiendo a Berger (1971), las causas de la secularización se encuentran en la extensión de una civilización occidental y la economía capitalista desarrollada en dicha cultura. Sin embargo, se plantea la tradición religiosa como uno de los factores originarios del proceso de secularización.

En este sentido, el protestantismo se sitúa en el lado opuesto al catolicismo; esta rama religiosa cristiana se aleja del carácter sobrenatural con el que la religión católica había definido la realidad. Si el catolicismo había establecido un intermediario, el hombre, entre el pueblo y Dios, el protestantismo lo sustituye por la Biblia. Ahora, cualquiera puede establecer una relación directa con Dios evidenciando así el ser trascendental de Dios y la naturaleza pecaminosa del ser humano. Al cortar con el canal tradicional de mediación se inicia el proceso de secularización; se da paso al pensamiento y a la ciencia moderna.

En cuanto a la economía moderna como elemento causal de secularización, Berger (1971) explica que la sociedad industrial moderna conduce a un espacio aislado de la religión concentrándose en "los sectores más públicos y los sectores más privados del orden institucional, concretamente en las instituciones del Estado y de la familia" (p.186). Las zonas más secularizadas forman la parte central de la economía industrial capitalista siendo así imposible la vuelta a una sociedad basada en la religión. La secularización en la esfera económica atraviesa la esfera política.

Mientras, en la esfera privada y familiar la religión sigue vigente como realidad. La religión deja de ser impuesta y se conforma como una opción que puede ser escogida por los individuos. El proceso de secularización motivó la debilidad de las legitimaciones religiosas en las sociedades perdiendo su función de construcción del mundo.

Aparecieron diversas entidades, religiosas o no, definidoras de la realidad; surge el fenómeno del pluralismo, entendido como la situación de tolerancia por parte del Estado hacia diferentes grupos religiosos.

El pluralismo trae consigo una competencia interreligiosa y, al mismo tiempo, una competencia entre agrupaciones religiosas y otras seculares, que se suman a definir la realidad.

En este sentido, Berger (1971) señala que la situación pluralista supone una nueva forma de influencia mundana para modificar los contenidos religiosos. La religión se moldea a los requisitos de la vida privada. Sin embargo, "a medida

que los contenidos religiosos van quedando sometidos a la «moda», se vuelve cada vez más difícil sostenerlos como verdades inmutables" (p.215). La religión queda relegada a la conciencia individual; va a constituir una realidad a medida que sea descubierta por la propia persona en su conciencia subjetiva (Berger, 1971).

"La religión ya no legitima el mundo" (p.217). Cada grupo religioso lucha por mantener su realidad, las tradiciones religiosas pierden su representación, el contenido religioso es considerado símbolo y las personas adheridas a una religión pasan a formar parte de una minoría social (Berger, 1971).

2.3. Los medios de comunicación como definidores de la realidad social

Dentro del campo comunicacional, el impacto de los medios sobre los receptores ha sido continuamente objeto de estudio (Tuchman, 1978) debido a la influencia que los medios de comunicación ejercen sobre la construcción de las imágenes de la realidad (Wolf, 1994).

Los individuos no pueden conocer toda la realidad de manera directa. Por tanto, los medios juegan un papel clave puesto que las personas son dependientes de ellos para configurar ciertas imágenes de la vida social a través de cuáles son los hechos sobre los que informan y el tratamiento que estos reciben (Blumer y Gurevitch, 1982).

En este sentido, Wolf (1994) señala que el poder de los medios traspasa los diferentes planos de la realidad social adaptándose a ellos para llegar así a los individuos. Además, "los medios pueden construir las definiciones sociales de los contextos de significado más amplios que enmarcan el plano de la experiencia en el ámbito de la vida cotidiana, pero en este proceso no actúan aisladamente" (Wolf, 1994: 114) por el entramado que constituyen los sistemas de información actuales, explican Slater y Elliott (citado en Wolf, 1994).

El proceso de construcción de la realidad, por el que los sujetos no son conscientes de estar adquiriendo la información de los medios de comunicación, se caracteriza por dos elementos: la información aportada por los medios es aceptada por acontecimientos y fenómenos sociales y esta es

utilizada por las personas para comprenderlos, y el conocimiento difundido por los medios es referencia común. Además, la estructura y particularidades de los medios de comunicación acentúa su influencia al ser instituciones ya asentadas y organizadas (Wolf, 1994).

2.4. La teoría de *agenda setting*: la vinculación de la agenda mediática a la agenda pública

La teoría de *agenda setting* pertenece a los estudios de los efectos a largo plazo y su tesis principal se enmarca en el papel de los medios de comunicación para modificar la interpretación de la realidad social que realizan las personas (Shaw, 1979). El público incluye o excluye las informaciones que los propios medios deciden publicar o no publicar, del mismo modo, que perciben como importante un hecho si los medios realizan sobre este un énfasis (Shaw, 1979). De manera que, la prensa tiene la capacidad de decir al público sobre qué temas pensar (Cohen, 1963).

"La capacidad de influencia de los media sobre el conocimiento de lo que es importante y relevante varía según los temas tratados" (Wolf, 1987: 175). Siendo la centralidad un factor determinante al entenderse este como la dependencia de la interpretación de los medios cuando una persona tiene menor experiencia sobre un tema en específico (Zucker, 1978). Como Bechelloni expresa (citado en Wolf, 1987), un argumento valorizado por el periódico va a ser comprendido de la misma forma por el lector.

En este sentido, se procede a la tematización, a "colocar un problema en el orden del día de la atención del público, concederle la importancia adecuada, subrayar su centralidad y su significatividad respecto al curso normal de la información no tematizada" (Wolf, 1987: 185). Siguiendo a este autor, este proceso se vincula al número de informaciones, los conocimientos que lo producen y, sobre todo, a su importancia social.

Además, la capacidad de colocar los temas oportunos en el orden del día en la agenda pública se ejerce a través de la repetición constante de un asunto concreto (Wolf, 1987). La frecuencia de aparición de un tema es para el público un motivo más de relevancia (McCombs, 1981), aunque esta tesis resulta insuficiente en la teoría de *agenda setting* (Wolf, 1987). Siendo, del mismo

modo, la omisión de algunos temas, la ausencia de cobertura una observación también a considerar (Wolf, 1987).

Como confirman McCombs y Shawn (1972) en base a uno de los primeros estudios, existe una fuerte vinculación entre el énfasis realizado por los medios de comunicación con la estimación sobre la importancia del mismo tema en las personas.

También, McCombs (citado en Rubio, 2009) añade que los media influyen en el público mediante la presentación llevada a cabo de los temas, en concreto, a través del uso de atributos. Estos son palabras como los adjetivos y adverbios, proporcionando marcos de interpretación que el público adopta para valorar ciertos asuntos (Rubio, 2009). Sin embargo, McCombs y Shawn (1972) concluyen que la realidad presentada por los medios y tomada posteriormente por la gente es limitada.

Wolf (1987) señala que la teoría de *agenda setting* presenta ciertos interrogantes como el procedimiento en que la agenda de los medios pasa a ser la agenda pública y aspectos a tener en cuenta al exponer esta teoría, como las "variables personales de los individuos" (Rubio, 2009: 11). Asimismo, en la teoría intervienen los factores propios de la producción informativa al determinar "*distorsiones involuntarias* en las representaciones difundidas por los media" (Wolf, 1987: 164).

2.4.1. El *newsmaking*: los criterios de noticiabilidad

Los estudios sobre comunicación también se centran en el análisis de los emisores, *gatekeepers*, y de las rutinas de producción, *newsmaking*.

Respecto al primer estudio, Lewin (1947) definió el término *gatekeeper* (seleccionador) como el individuo que tiene "el poder de decidir si dejar pasar o bloquear la información" (p.145). Esta decisión se sustenta, según diversos estudios, en una serie de normas periodísticas y de la propia organización de los medios (Wolf, 1987). Por lo tanto, el *gatekeeping* engloba las diferentes formas de control que los medios ejercen sobre la información (Donohue-Tichenor-Olien, 1972).

En cuanto a los criterios que predominan en las organizaciones, entran en escena los estudios sobre *newsmaking* (producción de noticias), que "ponen en relación la imagen de la realidad social suministrada por los media con la organización y la producción rutinaria de los aparatos periodísticos" (Wolf, 1987: 208). Y sitúa el foco en las singularidades técnico-expresivas de los medios para definir cuál es la realidad social suministrada (Wolf, 1987).

Siguiendo a este autor, se indican los denominados criterios de noticiabilidad, es decir, aquellos factores que permiten que un hecho sea noticia vinculados a las rutinas que caracterizan el ejercicio del periodismo. "La noticiabilidad, por tanto, constituye un elemento de la distorsión involuntaria contenida en la cobertura informativa de los mass media" (Wolf, 1987: 220).

Un elemento de la noticiabilidad son los "valores/noticia" presentes en el proceso de producción y por los que un acontecimiento es seleccionado y, por tanto, sellado como noticia. Golding y Elliott (1979) los definen como "cualidades de los acontecimientos o de su construcción periodística, cuya relativa ausencia o presencia recomienda su inclusión en un producto informativo" (p. 114). Estos se basan en la relevancia de los hechos para su correspondiente selección (Martini, 2000). Los "valores/noticia" se relacionan con criterios propios de las noticias, relativos al producto, el público y la competencia (Wolf, 1987).

Siguiendo a Wolf (1987), los criterios sustantivos se vinculan con la importancia de la noticia determinada por cuatro puntos: la relevancia de los sujetos implicados; el impacto sobre la población nacional, relacionándose con la significatividad como subraya Galtung y Ruge (1965), es decir, su trascendencia en el sistema ideológico del país y con la proximidad geográfica o cultural; el número de personas implicadas; la envergadura del acontecimiento respecto a la evolución que este mostrará. También se relaciona con estos criterios el interés de la noticia asociado a la capacidad de entretener (Golding y Elliot, 1979).

En cuanto a los criterios referentes al producto, estos se enmarcan en la disponibilidad, es decir, la accesibilidad que tiene el periodista para cubrir el hecho noticioso; en las características de producción del acontecimiento; la

brevidad facilitando así los hechos que merecen una cobertura mayor o menor (Golding y Elliott, 1979); y la noticia como resultado de una ideología, según Wolf (citado en Martini, 2000), es decir, aquellos hechos que sobresalen de lo entendido como "normal" aparecen en los medios; aquello entendido como lo más novedoso, conmovedor y terrible, siendo lo más negativo la noticia. Por lo tanto, esto es que las malas noticias son en realidad las buenas noticias (Martini, 2000). Otros criterios son la novedad, la calidad y el equilibrio de la información (Wolf, 1987).

Warren (1975) estableció como criterios de noticiabilidad: la actualidad, proximidad, notoriedad, rareza, conflicto, suspense, emoción, consecuencias, servicio y sexo, sangre, dinero. Destacar la aportación de Martini (2000), quien añade el valor informativo en el que converge la importancia y la gravedad del hecho, la inclusión de desplazamientos entendido como la agrupación o movimientos con efectos en la sociedad y la evolución futura de los acontecimientos señalando la significación de los hechos en el ideario social.

Respecto a la rutina de producción, Wolf (1987) la divide en tres procesos: la reunión de la información requerida, la selección y la presentación de esta. Entre los acontecimientos que llegan a las redacciones periodísticas, se seleccionan tan solo algunos de ellos para convertirse en noticia. El proceso de selección está regulado por "formas, procedimientos y costumbres" (p.275) y ajustado a los "valores/noticia".

La fragmentación mencionada sobre la realidad social es visible en la tercera fase, la presentación de las noticias, ante la salida de la información de su contexto y la reelaboración de este, debido a las particularidades de los aparatos informativos, donde se introducen las noticias (Wolf, 1987).

Por lo tanto, la religión ha sido la gran legitimadora de la realidad. Sin embargo, el traslado de la religión de las grandes instituciones al ámbito privado le ha conducido a una falta de influencia social. Teniendo en cuenta el papel que también desempeñan los medios de comunicación para definir la realidad, será necesario investigar cómo estos definen la religión ante el nuevo panorama de secularización (*Ver parte 4*).

2.5. Breve exposición de los diarios digitales analizados

El diario *El País*, perteneciente al grupo mediático PRISA, entró en escena durante la transición hacia un modelo democrático en España en 1976 con la publicación de su primer ejemplar. Desde entonces, es un medio de comunicación referente en el terreno nacional e internacional. En lo que respecta a la edición digital de *El País*, este diario está presente en Internet desde 1996 (La Escuela de Periodismo UAM-EL PAÍS, s.f.).

EL PAÍS se define estatutariamente como un medio independiente, nacional, de información general, con una clara vocación global y especialmente latinoamericana, defensor de la democracia plural según los principios liberales y sociales, y que se compromete a guardar el orden democrático y legal establecido en la Constitución. (Libro de Estilo El País, 2014: 27).

El periódico *ABC*, englobado en el grupo Vocento, vio su primer ejemplar en 1903 (Vocento, s.f.). Mientras, 92 años después, en 1995 nació la versión digital, *Abc.es* (ABC, s.f.). Este diario nacional se define como:

Un periódico independiente, imparcial, que cultiva la nota gráfica como el medio más directo de llevar al público la expresión de la realidad y con el propósito de que sirva de eco a opiniones de probada autoridad en todos los ramos del saber humano. (Vocento, sección de Historia, párr. 2).

Desde su fundación en 1989, *El Mundo* ha logrado ser uno de los "diarios más influyentes en la sociedad española" (Unidad Editorial, sección de El mundo, párr. 1). La misma relevancia que comparte *Elmundo.es* que apareció en Internet en 1996 (Alfonso, 2005).

El Mundo se autodefine por ser un periódico independiente, comprometido con los derechos humanos, propulsor del desarrollo de la sociedad, inconformista, comprometido con la verdad y rigurosidad y plural, principalmente (El Mundo, 2019).

Y, por último, *eldiario.es* es un medio nativamente digital fundado en 2012 por un grupo de periodistas con Ignacio Escolar a la cabeza. Se autodefine por su

independencia, defensa de los valores sociales y derechos humanos, altavoz de la ciudadanía, transparencia y búsqueda de la verdad (eldiario.es, s.f.).

3. CONTEXTO DEL PAPEL DE LA RELIGIÓN EN LA ACTUALIDAD

3.1. La religión en la Europa del siglo XXI: el camino hacia la secularización

La religión, en concreto, el judeocristianismo, ha sido el factor clave en la configuración de la cultura europea (Davie, 2006). La libertad, la igualdad y la fraternidad emergieron gracias a los principios cristianos que habían prevalecido (Román, 2005). Sin embargo, mientras el mundo se presenta cada vez más vinculado a la religión, Europa marca la diferencia posicionándose hacia la secularización (Davie, 2006).

Pérez-Agote (2016) señala la separación entre la religión y la cultura como una de las transformaciones que caracteriza a la Europa contemporánea; la religión pierde influencia en las diversas esferas de la sociedad. Desde el siglo XIX hasta el presente, la religión se ha desplazado a un segundo plano a través de la eliminación de la discriminación confesional, la desconfesionalización de los estados y, por último, la separación entre Iglesia y Estado (Rémond, 2000). Este último proceso ha ido acompañado de la creciente falta de interés de los ciudadanos europeos hacia la religión (Ruiz, 2017).

Taylor (2015) nombró *Era de la Autenticidad* al cambio que comenzó a acontecer en Occidente en torno a los años setenta: la expresión del yo y la superación de las restricciones morales persiguiendo la satisfacción de los deseos humanos. Paralelamente, el aumento del consumo hace del individuo el protagonista de la sociedad estimulando la búsqueda de un modelo personal (Ruiz, 2017). Por ello, el lugar que hasta entonces la Iglesia católica -institución con presencia predominante en los países europeos- había ocupado en la sociedad va a reducirse notablemente (Laboa, 1989). Arroyo (2005) apunta a un alejamiento masivo entre la población europea y sus iglesias, tanto en los países de raíz católica como protestante. Distanciamiento acentuado tras la aprobación en los diferentes países europeos de las primeras leyes sobre el divorcio, el aborto y el matrimonio homosexual (Rémond, 2000).

De manera que, la religión en el contexto europeo es vista como un elemento perteneciente al pasado, vinculado a etapas dictatoriales y a la tradición. Los jóvenes disocian la religión de la memoria (Davie, 2000). Se promueve así el

pluralismo religioso y la *exculturación* cristiana de Europa (Hervieu-Léger, 2005).

En este sentido, Catalá (2004) afirma que Europa se halla entre cuatro fenómenos religiosos: la convivencia de distintos tipos de cristianismos, la manifestación de los nuevos movimientos religiosos, la irrupción de las sectas y la entrada del islam. Estos conducen a una multiculturalidad.

Según una investigación del centro de estudios Pew Research Center (2017), dentro de la Europa cristiana, 34 países se consideran en un 27,53% ortodoxos, 31,35% católicos, 14,85% protestantes, 19,41% no pertenecen a ninguna confesión religiosa y un 6,88% a otras religiones, como el islam (Pew Research Center, 2018). Además, DellaPergola y Staetsky (2019) estiman que en Europa viven un total de 1.35 millones de personas judías.

3.2. La evolución de la religión en España (siglos XX-XXI): el catolicismo pierde fuerza en la España contemporánea

Pérez-Agote (2010a) determina tres procesos del cambio religioso en la sociedad española. Davie (citado en Pérez-Agote, 2010b) indica en primer lugar la secularización individual, comenzada en España de manera acelerada en los años sesenta (Pérez-Agote, 2010b).

En segundo lugar, la secularización *societal*, en concreto, la separación entre Estado español e Iglesia católica. Y, en tercer lugar, el incremento de inmigración procedente de países sudamericanos y africanos principalmente, pasando de una sociedad homogénea a una diversidad cultural y religiosa (Pérez-Agote y Santiago, 2009).

El primer proceso se compone a su vez de tres fases denominadas oleadas de secularización: el anticlericalismo, basado en la oposición a la poderosa Iglesia católica en los años anteriores a la Guerra Civil; la segunda oleada es la llegada de la sociedad de consumo de masas propia de los años 60 hasta finales de los 80, que trae consigo una reducción del número de practicantes católicos y pérdida de hábitos católicos en diferentes áreas de la vida; la tercera oleada se apoya en las generaciones de jóvenes para quienes la religión es indiferente, manifestándose en el abandono de la visión católica en

conceptos como la familia (Pérez-Agote, 2010b). Aumenta la cifra de jóvenes católicos no practicantes, creyentes de otra religión, ateos y agnósticos (CIS, 2014).

Mientras la diversidad religiosa se ha intensificado en los últimos años. A fecha de junio de 2019, en el Registro de Entidades Religiosas (2019) se encuentran 13.420 entidades de confesión católica, 2.689 evangélicas, 1.716 musulmanas, 140 ortodoxas, 86 budistas, 37 bahá' í, 34 judías, 29 de otras confesiones, 19 hindús, 9 de la ciencia ficción, 11 paganas, 14 sijistas, 5 de otras confesiones cristianas, 2 de testigos de Jehová y una entidad mormona.

Se entiende por entidad religiosa "la denominación que se da al sujeto que tiene a titularidad de los derechos colectivos de la libertad religiosa" (Observatorio de Pluralismo Religiosa en España, "Entidad religiosa", párr.1). Son las comunidades religiosas reconocidas en el registro civil por medio de la inscripción en el Registro de Entidades Religiosas del Ministerio de Justicia.

Sin embargo, a pesar de la tendencia secularizadora y la constitución de España como un país aconfesional, Laboa (2012) señala que han sido breves los periodos en la historia del país donde el catolicismo no haya sido la religión del Estado con la consecuencia influencia de sus creencias y ética en la vida social española. La religión continúa estando presente en la sociedad actual.

"Dado el peso del catolicismo en la tradición española, en nuestra cultura, la disidencia, sea popular, política, intelectual o artística, sigue expresándose en muchos casos en términos religiosos. Se emplea lo religioso como símbolo para expresar la contestación social, política, intelectual o artística, pues, históricamente, catolicismo y organización social han estado muy unidas". (Castón, 1989: 22).

De ello dan muestras ciertas prácticas como la concesión de medallas a símbolos religiosos por parte de autoridades políticas, celebración de misas en funerales de Estado, la casilla de la renta únicamente para la Iglesia católica, exención de esta institución de pagar el IBI, presencia de crucifijos en edificios públicos o el calendario laboral con festividades religiosas (Soler, 2014).

4. RESULTADOS DEL ANÁLISIS

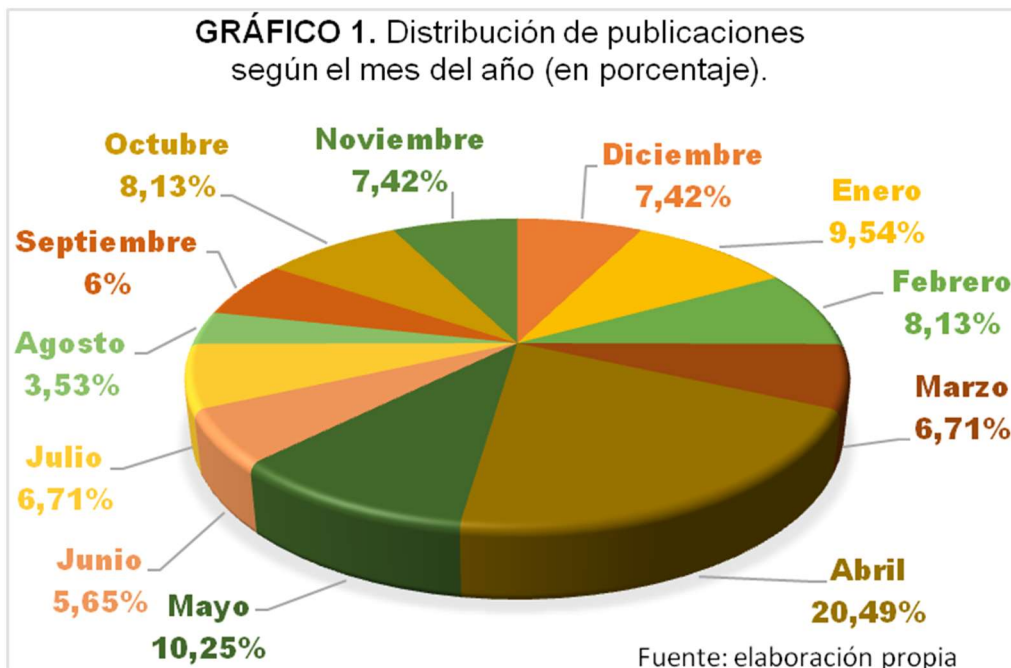
El presente apartado analiza la representación de la religión realizada por Elpais.com, Abc.es, Elmundo.es y eldiario.es desde el 1 diciembre de 2018 al 30 de noviembre de 2019. Para ello, se examina la cobertura periodística de los textos recogidos bajo la etiqueta 'religión' o que versan sobre religión en función de los parámetros de *agenda setting* y los principales criterios de noticiabilidad.

4.1 Análisis conjunto de la cobertura de los cuatro diarios digitales según los criterios de *agenda setting*

Se ha realizado el seguimiento de las versiones digitales de los cuatro periódicos entre el 1 diciembre de 2018 al 30 de noviembre de 2019. En ese periodo se publicaron más de 4.000 noticias relacionadas directa o indirectamente con la religión. Mediante la metodología de la semana construida se han analizado 283 textos periodísticos.

La representación del número de noticias difiere en función de los 12 meses del año seleccionado dividiéndose de la siguiente manera (*Ver gráfico 1*): abril (20,49%), mayo (10,25%), enero (9,54%), febrero (8,13%), octubre (8,13%), diciembre (7,42%), noviembre (7,42%), marzo (6,71%), julio (6,71%), septiembre (6%), junio (5,65%) y, por último, agosto (3,53%).

Destaca la reunión del mayor número de publicaciones en abril, una fecha que coincide anualmente con la celebración de Semana Santa, y en este caso, con los atentados perpetrados en iglesias de Sri Lanka y el incendio en la catedral de Notre Dame, en París, en abril de 2019. Este mes constituye una excepción respecto a los otros 11 meses debido a que en estos no hay una cobertura concreta sobre un acontecimiento religioso o hecho destacado relacionado con la religión.



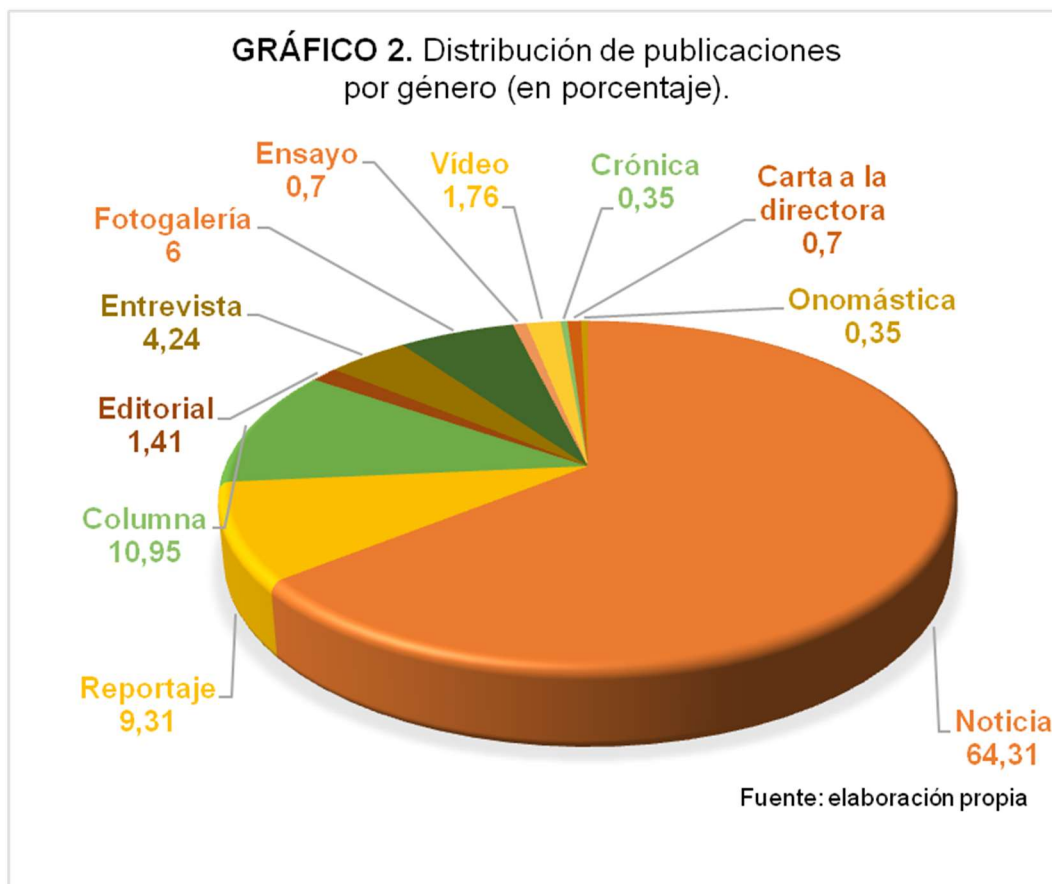
Entre los puntos destacables de las noticias que posibilitan analizar la cobertura periodística de los artículos se encuentra el género seleccionado para la configuración de los hechos.

La noticia es el género más utilizado por los cuatro diarios digitales para abordar la religión (64,31%). Este porcentaje sugiere que la religión está presente cuando ocurre un acontecimiento en particular en el que la religión ocupa un lugar central.

El segundo género es la columna de opinión (10,95%). Un dato que también adquiere importancia al ser la religión un tema en el que se admiten diferentes opiniones pudiendo alcanzar la susceptibilidad de las confesiones religiosas. A este género le sigue el reportaje (9,18%), la fotogalería (6%), la entrevista (4,24%), el vídeo (1,76%), el editorial (1,41%), la crónica (0,35%), la carta al director (0,7%) y el ensayo (0,7%). Además, se halla la publicación de una onomástica (0,35%). No representa ningún género periodístico, pero tampoco se engloba en ninguno de los anteriores, figurando una excepción.

Como expresa el gráfico 2, se evidencia el uso poco frecuente de reportajes, un género que se adapta a la narración de realidades religiosas, así como el mínimo empleo del género entrevista ante el número de personalidades

religiosas o con conocimientos sobre esta en el mundo confesional y secular. Igualmente, sobresale la inclinación por tratar la religión desde la opinión.



Respecto a la sección en la que Elpais.com, Abc.es, Elmundo.es y eldiario.es clasifican los textos se observa una mayor cantidad de artículos recogidos en secciones diversas, suplementos o ediciones locales que, para una clasificación lo más exacta posible, se han englobado bajo el paraguas 'Otros' (23,32%).

A continuación, la sección que predomina es 'Sociedad' (21,55%), seguida de 'Internacional' (22,96%), 'Cultura' (9,54%), 'Nacional' o 'España' (8,83%), la misma sección que varía en función del medio de comunicación, 'Opinión' (7,42%), 'Política' (1,41%), 'Televisión' (1,06%), 'Tecnología' (0,7%), 'Deportes' (0,7%), 'Gente' (0,7%) y 'Ciencia' (0,35%), como se observa en el gráfico 3.

Destaca la falta de una sección propia sobre religión, la ausencia de temas englobados en la religión en las secciones principales como 'Nacional' o 'Internacional', y la predominancia de 'Cultura' respecto 'Nacional' o 'España'.

En términos generales, los cuatro diarios se inclinan por dar preferencia a la religión y su relación con el arte y patrimonio cultural.

Se expone la gran reunión de religión en 'Otros' sin ser cubierta por las secciones principales y el peso de 'Sociedad', en la que se encuentran mayormente los sucesos. Este último hecho quedará avalado ante la extensa cobertura que realiza Elpais.com sobre la pederastia en la Iglesia católica.

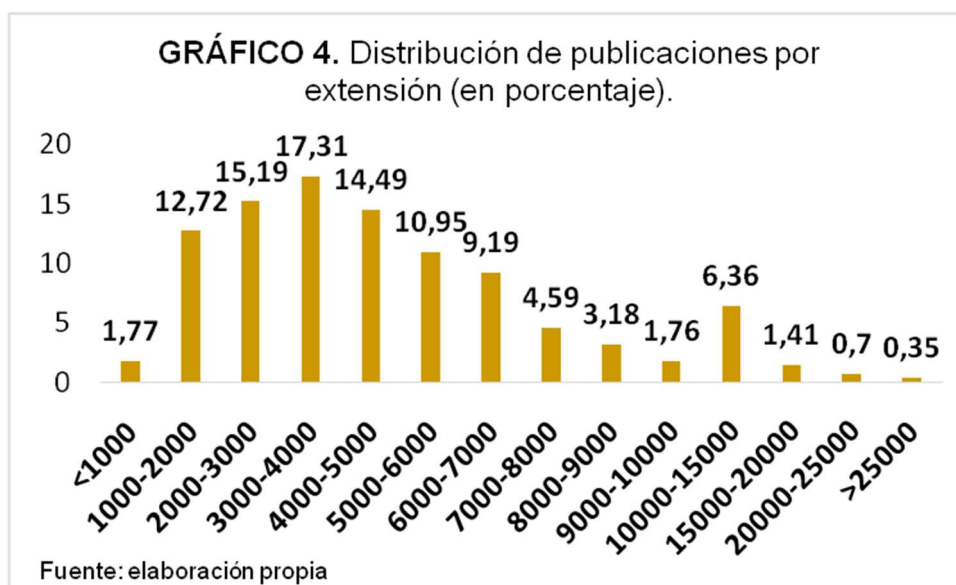


La extensión de los artículos da muestra del espacio dedicado a la religión al tratarse de versiones digitales con diseños diferentes, por lo que la extensión de las noticias se mide en caracteres con la herramienta Word Counter.

De manera que las extensiones se ordenan de la siguiente forma (*Ver gráfico 4*): textos de entre 3.000 y 4.000 caracteres (17,31%), 2.000 y 3.000 (15,19%), 4.000 y 5.000 (14,49%), 1.000 y 2.000 (12,72%), 5.000 y 6.000 (10,95%), 6.000 y 7.000 (9,19%) y 10.000 y 15.000 (6,36%). Este último dato se observa como una excepción debido a que los textos con un mayor número de caracteres reúnen un percentil muy bajo, como es el caso de los artículos entre 7.000 y 8.000 caracteres (4,59%), 8.000 y 9.000 (3,18%), 9.000 y 11.000 (1,76%),

15.000 y 20.000 (1,41%), 20.000 y 25.000 (0,7%) y, por último, superior a 25.000 caracteres (0,35%).

Destaca que los textos sobre o relacionados con la religión ocupan una extensión estándar al estar los tres primeros percentiles entre 2.000 y 5.000 caracteres. Sin embargo, conviene precisar que la religión no consigue ser protagonista de largos textos. Además, en los artículos entre 10.000 y 15.000 caracteres, la religión continúa sin ser el tema central.



Respecto a la distribución temática por medio de las etiquetas se indica la proporción correspondiente a cada diario del total del uso de las etiquetas principales para conocer una representación más completa de los campos semánticos, puesto que las etiquetas más frecuentes entre los diarios no equivalen a las más utilizadas en cada medio.

Se han rescatado un total de 424 etiquetas relevantes entre los artículos, siendo 'Iglesia católica' la etiqueta que reúne un mayor número, situándose en 86 noticias, 76 en Elpais.com, 8 en Abc.es y 2 en el diario.es. Le sigue con 85 'Cristianismo', 83 en Elpais.com y 2 en Abc.es; 'Sociedad' con 71, 70 en elpais.es y una en Abc.es; 'Justicia' con 45, Elpais.com con 42, Abc.es con 2 y Elmundo.es con una; 'España' con 45, 39 en Elpais.com, 2 en Abc.es y una en Elmundo.es; 'Grupos sociales' con 40 en Elpais.com, 'Cultura' con otras 40, 38 en Elpais.com y 2 en Elmundo.es; 'Delitos' con 38 en Elpais.com; 'Política' con 37, 36 en Elpais.com y una en Abc.es; 'Islam' con 36, 29 en Elpais.com, 3 en

Abc.es, 2 en El mundo.es y 2 en eldiario.es; 'Abusos sexuales' con 32, 27 en Elpais.com, 4 en Abc.es y una en eldiario.es; 'Asia' con 30 etiquetas, 29 en Elpais.com y una en El mundo.es; 'Papa Francisco' con 30, 20 en Elpais.com, 7 en Abc.es y 3 en El mundo.es; y 'Clero' con otras 30, 27 en Elpais.com y 3 en Abc.es.

Posteriormente, aquellas etiquetas entre 30 y 15 son: 'Oriente Próximo', 'terrorismo', 'problemas sociales', 'Ciudad del Vaticano' -o tan solo 'Vaticano' -, 'Papa', 'Europa Occidental', 'Europa', 'Iglesia católica española', 'abuso menores', 'delitos sexuales', 'conflictos', 'sucesos', 'arte', 'patrimonio cultural', 'Estado', 'pederastia', 'Madrid', 'América', 'edificios religiosos', 'patrimonio eclesiástico', 'Catedral Notre Dame', 'catedrales', 'París' y 'Patrimonio de la Humanidad'.

Además, resulta reseñable la utilización de 95 etiquetas relacionadas íntegramente con la religión, en las que se nombran otras religiones como la ortodoxa, el judaísmo, el protestantismo, el budismo, el hinduismo o el islam, pero son varias las etiquetas bajo el paraguas de la religión católica.

Los campos semánticos indicados por las etiquetas son la Iglesia católica, resaltando aquellas relacionadas con los casos de abuso sexual, los acontecimientos en Oriente Próximo, el terrorismo, la cultura y, por último, la política, mencionando diferentes países y conflictos internacionales. Por lo tanto, los campos semánticos de las noticias destacan principalmente por abarcar los hechos noticiosos con un carácter negativo con base en la religión, la religión en torno a la cultura donde es en gran manera la protagonista de estos textos y la religión vinculada a la política siendo esta la que predomina por encima del hecho religioso.

Esta parte del análisis se puede completar con los respectivos atributos, poco visibles en el conjunto de las informaciones, puesto que solo se encuentran de forma más evidente en 87 artículos y en 36 titulares. Por lo tanto, aunque el enfoque de las noticias sí pueda variar según el medio, se destaca un discurso informativo en la mayoría de las noticias recogidas.

4.2. Análisis conjunto de la cobertura de los cuatro diarios digitales según los criterios de noticiabilidad

Conocer la cobertura periodística se completa con la extracción de los 1.586 criterios de noticiabilidad que reúnen los cuatro diarios digitales (*Ver gráfico 5*), siendo la actualidad el criterio que cuenta con una mayor recurrencia, es decir, la publicación de los artículos de religión se decidió en un 91,52% por ser el presente en ese momento. Este criterio representa un 15,38%.

El segundo criterio es la disponibilidad (14,12%), por lo que los autores de las informaciones son principalmente periodistas vinculados al medio. Solo 24 artículos se apoyan en diferentes agencias, como Efe, Reuters, AFP, Europa Press y Agencia pública -una agencia de periodismo de investigación e independiente de Brasil-.

Le sigue la proximidad geográfica (11,98%), la relevancia (11,73%) y la relevancia de los sujetos implicados (10,97%). En este punto cabe comprobar la representación de la Iglesia católica al ser la etiqueta más utilizada. De manera directa, la institución religiosa es uno de los sujetos relevantes en 92 informaciones.

El sexto criterio más reiterativo es la ideología (6,93%), continuándole el valor informativo (4,54%), el número de personas implicadas (3,78%), el impacto sobre la población nacional (3,21%), el conflicto (3,21%), la trascendencia (3,09%), el entretenimiento (2,96%), la envergadura (2,33%) y la novedad (2,08%).

A los anteriores criterios de noticiabilidad se añade el de consecuencias (1%), sangre (0,75%), el dinero (0,63%), la rareza (0,5%), la inclusión de desplazamientos (0,25%), la evolución futura de los acontecimientos (0,13%) y, finalmente, el criterio en base al sexo (0,06%). Hay que señalar que el único criterio que no recoge ninguna notificación es el de suspense o emoción.

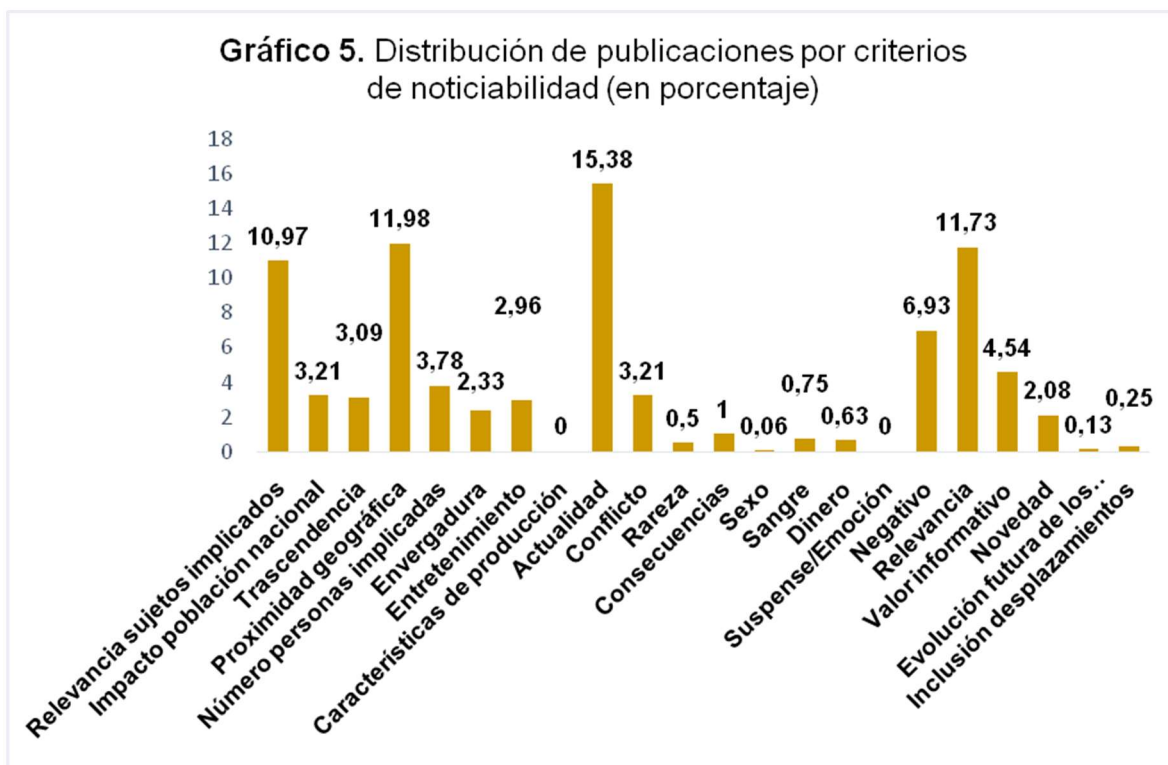
En términos de conclusión, los principales criterios de noticiabilidad por los que la religión es noticia son: actualidad, disponibilidad, relevancia, proximidad geográfica y relevancia de los sujetos implicados. Se trata de hechos sobre la religión que acontecen en el tiempo presente, en un espacio cercano a España,

donde los periodistas tienen acceso para su análisis y que destacan por la importancia del acontecimiento y de las personas o instituciones implicadas. Los casos de abusos sexuales en la Iglesia católica, con una amplia cobertura, explican la preponderancia de estos criterios.

Además, resulta reseñable que el sexto lugar lo ocupe el principio de la noticia como resultado de una ideología, es decir, hay una cierta inclinación por publicar preferentemente noticias con un perfil negativo. A ello se suma la menor apariencia de artículos con tendencia a una línea positiva.

La utilización de los siguientes criterios, el valor informativo y el impacto sobre la población nacional, se enmarca en la importancia de los acontecimientos cubiertos relacionados con la religión y la reunión de un mayor número de etiquetas, visibilizando la importancia de hechos noticiosos, así como su gravedad, como son los delitos de abusos sexuales, el campo semántico relacionado con los conflictos internacionales, atentados y terrorismo, crisis de refugiados, represión a minorías religiosas o, en relación a la temática artística, otro de los grupos destacados de etiquetas, el incendio de la catedral de Notre Dame o magnitud del deterioro en el patrimonio histórico eclesiástico. Este mismo criterio de noticiabilidad justifica el impacto sobre la población nacional, debido a que aquellas informaciones notables por su importancia y gravedad implica directamente un choque en la ciudadanía. Se trata en general de artículos vinculados a los casos de pederastia en España y asuntos señalados unidos a la Iglesia católica, como es el debate y la polémica creada con la escuela concertada.

Cabe resaltar cómo ante los temas prevalentes, la trascendencia o envergadura de los acontecimientos no alcanzan una mayor representación cuando, en cierto modo, se coordinan con criterios anteriores como el valor informativo.



4.3. Análisis comparado de la cobertura de cada diario digital según los criterios de *agenda setting*

Se ha realizado la exposición del análisis conjunto de los cuatro diarios. En el presente apartado se presenta el resultado del análisis de la cobertura periodística en cada medio de comunicación.

En el análisis previo se contó más de 4.000 noticias sobre religión entre diciembre de 2018 a noviembre de 2019 entre los cuatro diarios analizados. En concreto, Elpais.com, Abc.es y El mundo.es publicaron 4.046 noticias con la etiqueta 'religión' o cuyos textos trataban sobre religión. Elpais.com publicó un total de 2.246 noticias, en Abc.es se registran 1.110, una cifra que disminuye en el caso del El mundo.es al contabilizar 690 noticias.

Por otro lado, el diario.es publicó 668 noticias vinculadas a la religión hasta el ocho de febrero de 2019 inclusive. Se desconoce el dato de los meses de enero y febrero de 2019 y diciembre de 2018, debido a que el mismo medio no permite la búsqueda más allá de esta fecha al encontrarse ya en la última página del motor de búsqueda del diario. Este motivo ha imposibilitado introducir en el recuento general de las noticias de religión a el diario.es.

Para este apartado los 283 textos recogidos se desglosan de la siguiente manera: 158 noticias (55,83%) en Elpais.com, 52 textos (18,37%) en Abc.es, 35 artículos (12,36%) en Elmundo.es y 38 publicaciones (13,42%) en eldiario.es. Se observa el predominio de las noticias etiquetadas como 'religión' en Elpais.com, un dato destacable si se tiene en cuenta la línea editorial e ideológica de Elpais.com singularizada por adoptar una visión más liberal por la cual denomina "religión" a cualquier manifestación cultural de tintes creyentes frente a la línea editorial e ideológica conservadora de Abc.es.

Del mismo modo que en el análisis general, la observación de la religión por diario evidencia que ninguno de estos realiza una cobertura amplia aportando un espacio central a la religión en sus informaciones.

En cuanto a la representación de las informaciones por mes, en Elpais.com destaca abril (22,78%), seguido de febrero (10,13%), julio (9,96%), octubre (9,96%), marzo (8,86%), noviembre (8,86%), enero (8,23%), mayo (7,59%), septiembre (7,59%), junio (6,33%), agosto (5,06%) y diciembre (0,63%).

Similar ocurre en Abc.es, donde también el mes de abril reúne más textos (21,15%), le continúa mayo (17,3%), diciembre (17,3%), octubre (11,54%), enero (9,61%), noviembre (7,7%), febrero (5,77%), junio (3,85%), julio (1,92%), septiembre (1,92%) y agosto (1,92%). No hay representación en marzo.

En Elmundo.es es enero el periodo con mayor número de informaciones (20%), sucesivo diciembre (17,14%), abril (14,14%), mayo (11,42%), marzo (11,42%), febrero (8,57%), julio (5,71%), junio (2,86%), septiembre (2,86%) y noviembre (2,83%). No hay representación ni en agosto ni en octubre.

En eldiario.es, octubre cuenta con más artículos (15,38%), al que continúa diciembre (12,82%), abril (12,82%), julio (12,82%), mayo (10,26%), junio (7,7%), septiembre (7,7%), enero (5,13%), noviembre (5,13%), febrero (2,56%), marzo (2,56%) y agosto (2,56%).

De este criterio se destaca que cada diario se caracteriza con una práctica distinta (*Ver Tabla 1*), aunque es llamativo que los dos primeros medios coincidan en el apogeo de producción de noticias en el mes de abril, periodo

que recoge hechos noticiosos acontecidos únicamente en esa fecha, como los atentados en Sri Lanka y el incendio en la catedral de Notre Dame.

Tabla 1. Distribución de publicaciones según el mes del año (en porcentaje)

Mes	Elpais.com	Abc.es	Elmundo.es	eldiario.es
Diciembre	0,63	17,3	17,14	12,82
Enero	8,23	9,61	20	5,13
Febrero	10,13	5,77	8,57	2,56
Marzo	8,86	0	11,42	2,56
Abril	22,78	21,15	14,14	12,82
Mayo	7,59	17,3	11,42	10,26
Junio	6,33	3,85	2,86	7,7
Julio	9,96	1,92	5,71	12,82
Agosto	5,06	1,92	0	2,56
Septiembre	7,59	1,92	2,86	7,7
Octubre	9,96	11,54	0	15,38
Noviembre	8,86	7,7	2,83	5,13
Total	100	100	100	100

Fuente: elaboración propia

En lo que respecta al género, la noticia es el género utilizado por excelencia en Elpais.com para informar sobre religión, siendo más de la mitad (59,49%), seguido de la columna de opinión (10,76%), con una breve diferencia, el reportaje (10,13%) y la fotogalería (10,13%), la entrevista (3,79%), el editorial, el vídeo (1,26%) y, por terminar, el ensayo (0,63%) y la crónica (0,63%).

En Abc.es predominan la noticia (63,46%), continuándole el reportaje (9,62%), la entrevista (9,62%), la columna (7,7%), el vídeo (5,77%), el editorial (1,92%) y el ensayo (1,92%). Asimismo, en Elmundo.es las noticias vuelven a ocupar el primer puesto (91,43%), con el reportaje (2,86%), la fotogalería (2,86%) y la onomástica (2,86%). Y el orden en eldiario.es es la noticia (60,53%), la columna (26,31%), el reportaje (10,53%) y la entrevista (2,63%). Así se evidencia en la tabla 2.

De modo que, sin duda, los cuatro diarios coinciden en abarcar la religión principalmente a través del género de la noticia y, en segundo lugar, destaca el mayor uso de la columna de opinión, aunque eldiario.es recurre más a este género teniendo en consideración que cuenta con 39 artículos. Es posible que

no se aporte el hecho noticioso como noticia, pero sí como columna confeccionando al lector una opinión sobre religión sin la base informativa.

También destaca el empleo en la misma línea del género reportaje por los cuatro diarios en torno al 10%, así como la menor recurrencia de la entrevista a excepción de Abc.es, incluso cuando este tiene un menor número general de noticias. Indicar la variedad de géneros de Elpais.es con diferencia al resto de sus otros tres compañeros mediáticos.

Tabla 2. Distribución de publicaciones por género (en porcentaje)

Género	Elpais.com	Abc.es	Elmundo.es	eldiario.es
Noticia	59,49	63,46	91,43	60,53
Reportaje	10,13	9,62	2,86	10,53
Columna	10,76	7,7	0	26,31
Editorial	1,9	1,92	0	0
Entrevista	3,79	9,62	0	2,63
Fotogalería	10,13	0	2,86	0
Ensayo	0,63	1,92	0	0
Vídeo	1,26	5,77	0	0
Crónica	0,63	0	0	0
Carta a la directora	1,26	0	0	0
Onomástica	0	0	2,86	0
Total	100	100	100	100

Fuente: elaboración propia

Siguiendo el discurso, en la representación por sección (Ver Tabla 3), predomina la sección 'Otros' en Elpais.com, siendo estos suplementos como 'Planeta Futuro', 'Ideas', 'Babelia', El País Semanal, *Icon* y 'El Viajero'; subsecciones dentro de la sección de Comunidades Autónomas, como 'Comunidad Valenciana', 'Madrid', 'Cataluña' y 'Galicia'; y secciones especiales, como 'Pederastia en la Iglesia católica' o los álbumes. Le sigue 'Sociedad' (21,52%), 'Internacional' (20,25%), 'Cultura' (12,66%), 'Opinión' (10,13%), España (3,16%), 'Política' (1,26%), 'Gente' (1,26%), 'Ciencia' (0,63%), 'Tecnología' (0,63%), 'Deportes' (0,63%) y 'Televisión' (0,63%). La misma tendencia recoge el Abc.es catalogando los artículos en 'Sociedad' (34,62%), 'Internacional' (23,07%), 'Nacional' o 'España' -utiliza ambas referencias- (17,03%), 'Cultura' (5,77%), 'Televisión' (1,92%) y 'Opinión' (1,92%). Además,

se encuentra la sección propia de Abc.es de 'Historia' y 'Elecciones', estando en 'Otros' (15,38%).

De parte de los otros dos diarios, El mundo.es prioriza la información en 'Internacional' (34,28), 'Nacional' (31,42%), 'Otros' (11,42%) -repartíéndose un artículo entre los suplementos Papel, 'Nosotras', *Metropolí* y la subsección 'Andalucía'-, 'Cultura' (8,57%), 'Sociedad' (5,71%), 'Tecnología' (2,85%), 'Deportes' (2,85%) y 'Televisión' (2,85%). Y en eldiario.es predomina 'Otros' (39,47%) -habiendo textos en subsecciones de las versiones autonómicas y en 'Desalambre'-, seguida de 'Internacional' (23,68%), 'Sociedad' (18,42%), 'Opinión' (10,53%), 'Política' (5,26%) y 'Cultura' (2,63%).

Cabe reseñar la presencia de un apartado de religión en Elpais.es que en la entrada del navegador web aparece como 'Noticias sobre Religión' o 'Religión en EL PAÍS'. Del mismo modo ocurre en El mundo.es, donde la entrada se denomina 'Noticias de Religión'. Mientras, en Abc.com, la religión conforma un tema que se engloba en 'Sociedad' y destaca por su interés los temas relacionados que el medio vincula con el tema 'Religión', siendo estos 'Religión católica', 'Obispos', 'Cristianismo', 'Cardenales', 'Beatificaciones', 'Sínodos', 'Clero', 'Ecumenismo', 'España (País)', 'Conferencias Episcopales' o 'Sacerdotes', entre otros. Asimismo, eldiario.es añade en uno de los focos -descritos como "prioridades editoriales" (eldiario.es, s.f.) o "debates que consideramos más importantes para nuestra generación" (eldiario.es, s.f.)- 'Religión y Laicismo', definido como:

La religión es una fuente de poder político, económico y cultural que, como el resto de poderes, requiere de la vigilancia de la sociedad a través del periodismo. En eldiario.es respetamos las creencias personales, pero defendemos la laicidad del Estado y su estricta neutralidad en materia religiosa. Valoramos a quienes luchan por una Iglesia más social y no esconderemos los abusos cometidos al amparo de las jerarquías eclesásticas. (eldiario.es, sección de Religión y Laicismo, párr.1).

Se reseña la preferencia de Elpais.com y eldiario.es por incluir la religión en 'Otros', siendo esta en mayor medida en el segundo medio, en torno al 20-40%,

mientras en Abc.es y El Mundo.es se encuentra entre el 11-15%. Este hecho corresponde a una clasificación de las noticias en las respectivas subsecciones locales y suplementos de diversa índole sin recoger los acontecimientos diarios sobre religión en las secciones principales. En estas, la destacable presencia de la religión en 'Sociedad' es diferente; mientras en El País.com y Abc.es se observa un mayor número de noticias, pudiendo ser por abarcar más información, en El Mundo.es y eldiario.es se encuentra entre el 5-20%. A pesar de ello, en la mayor parte de las informaciones en esta sección en los cuatro diarios corresponde a textos sobre la Iglesia católica.

Los cuatro diarios siguen el mismo comportamiento al encontrarse 'Internacional' antes de 'Nacional', reflejando una preferencia por transmitir los acontecimientos internacionales, como los atentados sufridos, conflictos en Oriente Próximo, viajes del Papa, la crisis eclesial y social en Sudamérica, por ejemplo, frente a los hechos religiosos en España. Sin embargo, 'Cultura' sigue un comportamiento diferente entre los cuatro diarios, yendo desde casi un 13% en El País.com a no llegar al 3% en eldiario.es. Y solo El País.com y eldiario.es introducen artículos de religión en 'Política', cubriendo ciertos aspectos de la relación Iglesia-Estado, lo cual se engloba en la línea editorial más liberal de sendos diarios.

También se apunta a la religión como contenido transversal al encontrarse englobada en el caso de El País.es y Abc.es en 'Gente', 'Ciencia', 'Tecnología', 'Deportes' y 'Televisión'.

Tabla 3. Distribución de publicaciones por sección (en porcentaje)

Sección	Elpais.com	Abc.es	Elmundo.es	eldiario.es
Internacional	20,25	23,07	34,28	23,68
Política	1,26	0	0	5,26
Sociedad	21,52	34,62	5,71	18,42
Cultura	12,66	5,77	8,57	2,63
Ciencia	0,63	0	0	0
Tecnología	0,63	0	2,85	0
Deportes	0,63	0	2,85	0
Televisión	0,63	1,92	2,85	0
Opinión	10,13	1,92	0	10,53
Blogs	2,53	0	0	0
Gente	1,26	0	0	0
Otros	24,68	15,38	11,42	39,47
Total	100	100	100	100

Fuente: elaboración propia

En lo que respecta a la extensión de las informaciones sobre religión en los cuatro diarios digitales (Ver Tabla 4), se recoge que Elpais.com se inclina preferentemente entre 3.000 y 4.000 caracteres (19%), a la que continúa 4.000 y 5.000 (15,82%), 2.000 y 3.000 (13,29%), mismo valor que la extensión entre 1.000 y 2.000 caracteres. Luego se encuentra la largura entre 6.000 y 7.000 caracteres (10,13%), 5.000 y 6.000 (9,49%), 7.000 y 8.000 (10%), 8.000 y 9.000 (5,06%), 10.000 y 15.000 (1,89%), con menos de 1.000 (1,89%), 9.000 y 10.000 (1,26%), al igual que entre 15.000 y 20.000. Y, para finalizar, se encuentran los artículos entre 20.000 y 25.000 (0,63%) y superior a 25.000 caracteres (0,63%), sendas con una solo noticia.

La extensión de las informaciones en Abc.es revelan que parte de estas se inclinan por los textos entre 3.000 y 4.000 caracteres (19,23%), al igual que 10.000 y 15.000 (19,23%), 2.000 y 3.000 (17,3%), 1.000 y 2.000 (15,38%), 5.000 y 6.000 (9,61%), 4.000 y 5.000 (7,7%), 6.000 y 7.000 (5,77%), 15.000 y 20.000 (1,92%), 7.000 y 8.000 (1,92%) y con menos de 1.000 caracteres (1,92%).

Por su parte, la extensión predominante en los artículos de Elmundo.es está entre 4.000 y 5.000 caracteres (25,71%), sucediéndoles aquellos entre 2.000 y 3.000 (22,86%), 3.000 y 4.000 (17,14%), 5.000 y 6.000 (14,28%), 1.000 y 2.000

(11,43%), 8.000 y 9.000 (2,85%), 10.000 y 20.000 (2,85%) y con menos de 1.000 caracteres (2,85%).

Y en eldiario.es los textos se ordenan entre 6.000 y 7.000 caracteres (18,42%), 5.000 y 6.000 (15,79%), 10.000 y 15.000 (10,53%), 2.000 y 3.000 (13,16%), 3.000 y 4.000 (7,89%), 9.000 y 10.000 (7,89%), 4.000 y 5.000 (7,89%), 1.000 y 2.000 (7,89%), 7.000 y 8.000 (5,26%), 15.000 y 20.000 (2,63%), y 20.000 y 25.000 (2,63%).

De este criterio se concluye que los diarios no siguen una estructura conjunta, aunque sí se observa aspectos que comparten. Elpais.com y Abc.es dedican en torno al 61% las informaciones de religión, una extensión que se sitúa de 0 a 5.000 caracteres, es decir, que optan principalmente por una longitud estándar. Con esta misma extensión, Elmundo.es coloca el 80% de los textos sobre religión, aportando a los lectores informaciones de diversa índole, desde sucesos, los abusos sexuales eclesiales, acciones del Vaticano o la represión religiosa en el exterior; mientras eldiario.es es el medio que solo utiliza esta longitud cerca del 37%. Por lo tanto, Elmundo.es no realiza una cobertura más completa de la religión, como se observa en otro aspecto semejante: Abc.es y Elmundo.es sitúan en torno al 17% de las informaciones entre 5.000 y 10.000 caracteres. Así, el Abc.es contrariamente a Elmundo.es opta por una mayor cobertura y tratamiento a las noticias sobre religión al dedicar una extensión entre 10.000 y 25.000 caracteres en torno a un 21% de los textos frente a las informaciones con entre 5.000 y 10.000 caracteres, un 17%. Además, entre las informaciones más extensas sobresale la cobertura de hechos históricos relacionados a la religión, lo cual explica al mismo tiempo la amplitud de líneas.

En este sentido, Elpais.com y eldiario.es hacen uso de la extensión entre 5.000 y 10.000 caracteres entre un 32% y 47% respectivamente. De manera que, implica en cierta parte informaciones sobre religión más completas, aunque no alcanzan una cobertura total puesto que en sendos diarios en torno al 5-16% respectivamente de los artículos cuentan con una extensión superior a 10.000 caracteres. Y en el caso de eldiario.es los artículos representados en el 47% versan sobre temáticas diferentes, pero con un enfoque enfrenteado a la Iglesia

católica en las noticias que versan sobre esta y, en ocasiones, con un tratamiento negativo hacia la religión frente minorías sociales.

Por último, cabe apuntar que el único texto superior a 25.000 caracteres se sitúa en Elpais.com al ser un reportaje de investigación sobre los abusos sexuales de la Iglesia católica española a niños, tema más reiterativo en las informaciones con mayor extensión.

Tabla 4. Distribución de publicaciones por extensión (en porcentaje)

Extensión	Elpais.com	Abc.es	Elmundo.es	eldiario.es
1000-2000	13,29	15,38	11,43	7,89
2000-3000	13,29	17,3	22,86	13,16
3000-4000	19	19,23	17,14	7,89
4000-5000	15,82	7,7	25,71	7,89
5000-6000	9,49	9,61	14,28	15,79
6000-7000	10,13	5,77	0	18,42
7000-8000	6,32	1,92	0	5,26
8000-9000	5,06	0	2,85	0
9000-10000	1,26	0	0	7,89
10000-15000	1,89	19,23	2,85	10,53
15000-20000	1,26	1,92	0	2,63
20000-25000	0,63	0	0	2,63
>25000	0,63	0	0	0
Total	100	100	100	100

Fuente: elaboración propia

Respecto a los campos temáticos en función de las etiquetas se comenta en una primera observación la distinción en el mayor uso de etiquetas por parte de Elpais.com respecto a los tres diarios restantes. Abc.es es el segundo medio donde también se visualiza un uso destacado de este tipo de herramienta digital. En estos dos diarios no hay texto que no esté acompañado de etiquetas que clasifican la información expuesta, como ocurre con Elmundo.es. Sin embargo, en este último medio digital se aprecia un menor número de etiquetas por noticia. Lo contrario sucede con eldiario.es, donde varias informaciones, en concreto, 21 noticias no poseen ninguna etiqueta y, además, aquellas informaciones que sí cuentan con esta clasificación no son en gran número por noticia.

Siguiendo esta línea, en el análisis de los campos semánticos en Elpais.com se observa que la etiqueta más utilizada es 'cristianismo' con 83 etiquetas, seguida de 'Iglesia católica' con 76, 'sociedad' con 70, 'justicia' con 42, 'grupos sociales' con 40, 'España' con 39, 'delitos y 'cultura' con 38, 'política' con 36 e 'islam' y 'Asia' con 29 etiquetas.

Además, destacan las etiquetas con un uso de entre 30 a 15 veces, siendo estas ordenadas de mayor a menor presencia: 'delitos sexuales', 'abusos sexuales', 'clero', 'abusos menores', 'Europa', 'arte', 'edificios religiosos', 'pederastia', 'Iglesia católica española', 'Estado', 'patrimonio cultural', 'Papa Francisco', 'Papa', 'sucesos', 'patrimonio eclesiástico', 'conflictos', 'América', 'Europa occidental', 'problemas sociales', 'Oriente próximo', 'terrorismo', 'Ciudad del Vaticano', 'catedrales', 'París' y 'Patrimonio de la Humanidad'.

Del mismo modo, Elpais.com se apoya en 71 etiquetas relacionadas con la religión, entre las que destacan con una reiteración de entre 13 hasta en 5 ocasiones, 'Santa Sede', 'conflicto suníes y chiíes', 'ideologías', 'terrorismo islamista', 'curas', 'cardenales', 'Cumbre vaticana ante la Pederastia', 'musulmanes', 'xenofobia', 'minorías religiosas', 'centros culto', 'islamofobia' y 'creencias religiosas'.

Otros grupos de campos semánticos son los conflictos árabes con etiquetas como 'Estado islámico', 'Siria', 'yihadismo', 'guerra civil', 'grupos terroristas', siendo este uno de los más amplios; política exterior con 'Donald Trump', 'Jair Bolsonaro', 'Israel', o 'geopolítica'; o el arte con 'patrimonio histórico' o 'conservación de arte'.

En cuanto al apartado de los campos semánticos en Abc.es, este se basa en una menor agrupación de noticias en una sola etiqueta, haciendo un uso variado de etiquetas que recogen en muchas ocasiones una sola información. Por ello, la 'Iglesia católica' es la etiqueta más utilizada con 8 textos, seguida de 'Papa Francisco' con 7, 'Madrid' con otros 7, 'Enseñanza de la religión' con 6, 'Religión católica' con 5, 'Israel' con 5, 'Educación' con 5, 'España' con 4, 'Francia' con 4, y 'Conferencias episcopales' con 4. Mientras, las etiquetas utilizadas en 3 o menos noticias son 77.

Respecto a las etiquetas con relación a la religión, Abc.es hace uso de un total de 30, entre las que destaca un campo semántico donde la Iglesia católica es protagonista, como se observa en las etiquetas más frecuentes, donde hay 4 vinculadas a la institución, siendo esta la etiqueta más utilizada. Además, en dicho campo se encuentran 'Vaticano', 'Papa', 'clero', 'San Lucas', 'Santa Elena', 'sacerdotes', 'obispos', 'beatificaciones', 'cónclave' y 'Benedicto XVI'. De manera que, de entre 29 etiquetas sobre religión, 15 pertenecen a la religión católica.

Otros campos semánticos que este diario engloba son la política internacional con etiquetas 'Estados Unidos', 'Italia', 'Unión Europea', 'Alemania', 'Rusia', 'Argentina', 'Emmanuel Macron', 'París', 'China', 'Xi Jinping', 'Brasil' o 'Jair Bolsonaro'. Igualmente, otro campo se encuentra en la política nacional con etiquetas como 'Pedro Sánchez', 'España', 'Madrid', 'Comunidad Valenciana', 'Cataluña', 'Comunidad de Madrid', 'Vox', 'partidos políticos' o 'Hacienda'.

La educación, con menor representación, se establece como campo semántico a través de la reiteración de: 'enseñanza de la religión', 'educación' y 'religión católica', a las que se unen 'Isabel Celaá' y 'Ministerio de Educación'. A este se suma el campo acerca de los conflictos árabes, como muestran las etiquetas 'islam', 'Israel', 'atentados', 'Irak', 'Benjamin Netanyahu', 'mezquitas', 'Jerusalén', 'Gaza', 'Daesh' o 'Sri Lanka', siendo estas dos últimas las que se utilizan 2 y 3 veces respectivamente, mientras el resto una única vez.

Un último campo semántico observado en este diario es aquel que abarca el área del arte y cultura ante etiquetas como 'historia', 'historia de España', 'arqueología' o 'catedral Notre Dame'.

En comparación con Elpais.com y Abc.es, Elmundo.es muestra un menor uso de etiquetas para clasificar la información, siendo las más utilizadas las repetidas en cinco, cuatro o tres ocasiones. Por lo tanto, la etiqueta más frecuente es 'Vaticano' con 5, seguida de 'abusos sexuales' con 4, 'Semana Santa' con 4, y 'Papa Francisco', 'Comunidad valenciana', 'Vox', 'China', 'Italia' con 3 cada cinco una. A estas se suman 11 reiteradas en 2 ocasiones y 19 en una sola vez.

En cuanto al campo semántico vinculado a la religión, El mundo.es se apoya en 3 etiquetas siendo estas las mencionadas anteriormente -'Vaticano', 'Papa Francisco' y 'Semana Santa'-, a las que se suma en dos oportunidades 'Benedicto XVI' y en una 'Navidad', debido a que esta hace referencia a la fiesta cristiana y no al periodo vacacional.

Por otro lado, otro campo semántico que sobresale en este diario son los delitos de abuso sexual de la Iglesia católica, como se observa en las informaciones, con las etiquetas 'abusos sexuales', 'agresiones sexuales', 'justicia' y 'pedofilia'. A este se añade la política exterior con 'Jair Bolsonaro', 'Estados Unidos', 'Brasil', 'México', 'Asia', 'Ecuador', 'Justin Trudeau', 'Europa', 'China'; la situación en Oriente Próximo con las siguientes etiquetas: 'Turquía', 'Arabia Saudí', 'Benjamin Netanyahu', 'Israel' e 'islam'. Y el campo semántico relacionado a la violencia terrorista con la presencia de 'terrorismo', 'delitos de odio', 'atentados', 'Nueva Zelanda' y 'Sri Lanka', así como otro acerca de las disciplinas artísticas, como 'cultura', 'arte' e 'historia'.

Por último, el diario.es emplea como máximo dos veces algunas etiquetas siendo estas consecuentemente las más utilizadas: 'educación', 'Iglesia católica', 'islam', 'Franquismo' y 'Laicismo'.

Entre las etiquetas que este medio dispone con relación a la religión se encuentran 'Vaticano', 'islamofobia', 'asignatura de religión', 'Estado aconfesional' y 'Diócesis de Cartagena'.

Además, se señala como campo semántico los casos de delito sexual con las etiquetas de 'abusos sexuales' y 'pederastia'; el campo educativo con 'asignatura de religión', 'colegios públicos' y 'educación'; el campo feminista con 'mujeres', 'violencia machista', 'feminismo' y 'coño insumiso'.

Los cuatro diarios digitales coinciden en un fuerte protagonismo de la religión católica y, por ende, de la Iglesia católica, como manifiesta fuertemente Abc.es en comparación con otras confesiones. Por ejemplo, en Abc.es solo aparecen las etiquetas 'islam' y 'judaísmo', en la que se engloban las etiquetas 'antisemitismo', 'sefardíes' y 'Holocausto'. Además, dado que solo se utiliza en dos ocasiones la etiqueta 'cristianismo', solo hay espacio en el diario para el

cristianismo relacionado con la religión católica. Del mismo modo ocurre en Elpais.com ante la corta distancia que separa la etiqueta 'cristianismo' con la de 'Iglesia católica' apuntando a una fuerte vinculación de cristianismo con dicha confesión. A esto se une la baja presencia de noticias de otras religiones, debido a que la etiqueta 'islam' se repite en 29 ocasiones, 'Iglesia evangélica' y 'protestantismo' suman 4, 'Budismo' 2 e 'Iglesia ortodoxa' una única etiqueta. Igualmente, en Elmundo.es y eldiario.es las noticias de religión cubren mayormente la religión católica y la institución del Vaticano, sin embargo, solo se encuentra el islam como referencia de otras religiones o confesiones.

En cuanto a los campos semánticos, Elpais.com, Elmundo.es y eldiario.es abordan los casos de abusos sexuales en el seno de la Iglesia católica y, en concreto, de la Iglesia católica española. La cobertura de estos delitos es mayor en Elpais.com, que cuenta incluso con la sección especial 'Pederastia en la Iglesia católica', así como la mayor presencia de las etiquetas de este grupo temático. Destaca la ausencia por completo de estos delitos en Abc.es.

La vinculación entre religión y política es constante en los cuatro diarios, siendo más frecuente con la política a nivel internacional y nacionalmente también en el caso de Abc.es. En este sentido, reseñar la aparición constante en los cuatro diarios el país americano y brasileño, cuyos presidentes han mostrado su asociación a la religión evangélica. Asimismo, Elpais.com y Abc.es cubren especialmente los conflictos en Oriente Próximo, donde se sitúa la relación con Israel y la agrupación de países musulmanes y, por ello, la etiqueta de 'islam' en Elpais.com, a pesar de encontrarse entre las diez primeras, se hace uso cuando son noticias principalmente sobre los enfrentamientos en esta parte árabe del mundo.

A este último se añade el campo semántico que une la religión con la violencia terrorista, sobresaliente en Elpais.com, Abc.es y Elmundo.es, y a raíz en parte de los atentados sufridos en Nueva Zelanda y Sri Lanka y el ataque en California. Dada la importancia de dicho tema destaca la ausencia de noticias de estos hechos noticiosos en eldiario.es.

Del mismo modo, la educación es un campo semántico compartido especialmente entre Abc.es y eldiario.es y en sendos casos sobre la

enseñanza de religión católica. Elpais.com también utiliza etiquetas de dicho campo, pero en menor medida, por lo que cubre las noticias más destacadas de esta área pero sin añadir una cobertura mayor, como es la de Abc.es.

También la cultura ocupa un lugar central en Elpais.com y Abc.es, los dos diarios con mayor número de informaciones y los dos que cubren el incendio de la catedral de Notre Dame. Este hecho sienta la base para informar sobre el estado de conservación del patrimonio cultural eclesial.

Conocer los atributos de cada medio faculta profundizar en el tratamiento de la religión. El apoyo de los artículos de Elpais.com en atributos indica un tono neutral propio del carácter informativo de los textos y los hechos noticiosos que recogen en ellos. No obstante, 30 titulares albergan adjetivos o adverbios, algunos de ellos pertenecientes a citas indirectas de los sujetos implicados en los artículos. Por regla general, los atributos que Elpais.com añade a los titulares continúan la línea informativa con la excepción de 6 de ellos, que añaden un enfoque negativo. Por ejemplo: 'La caída del oscuro apóstol de la Luz del Mundo', 'Tres vidas lastradas por los abusos' o 'El nacionalismo judío más extremo retorna a las urnas en Israel'. Del mismo modo sucede con las 49 noticias donde sobresalen algunos atributos.

Respecto al empleo de atributos en Abc.es, se apunta a un tono informativo de los acontecimientos recogidos en las publicaciones destacando una inclinación en el uso y tratamiento favorable a la Iglesia católica, como muestran incluso 17 titulares: 'Las razones por las que la Inquisición española no fue la bestia sádica que te ha contado la Leyenda Negra', 'El rocambolesco juicio en el que la URSS condenó a Dios por «genocidio» en 1918' o 'Los oscuros años 30: así se gestó la represión republicana contra la Iglesia en España'. Además, gran parte, 37 que se observan, de los artículos muestra un uso de adjetivos o adverbios.

En el caso de El mundo.es también hay un predominio del enfoque informativo y con una gran variedad de atributos entre 9 titulares, que pertenecen a la descripción del propio hecho informativo y no a un enfoque negativo impuesto por el medio, como muestra el titular 'Sri Lanka sufre una devastadora cadena

de atentados contra iglesias y hoteles de lujo'. Además, hay 11 informaciones con presencia de adjetivos y adverbios.

Y, por último, eldiario.es no hace un uso excesivo de atributos en los titulares, en concreto, en 4, como 'La asignatura pendiente del Estado español es su separación de la Iglesia católica'. En 9 informaciones hay existencia de adjetivos y adverbios, a pesar de la tendencia visible en los titulares a enfrentar el cristianismo y la Iglesia católica.

En línea general, los cuatro diarios hacen un uso menor de atributos sobresaliendo el enfoque informativo en los artículos y titulares. Aunque hay diarios en cuyo enfoque se visualiza una marcada línea editorial, como en Abc.es con tendencia a la exposición favorable de la religión católica, mientras eldiario.es desafía a la Iglesia católica.

4.4. Análisis comparado de la cobertura de cada diario digital según los criterios de noticiabilidad

Cabe señalar que las informaciones de Elpais.com reúnen en su totalidad un mayor número de criterios noticiabilidad, siendo 947 estos (59,7%). El Abc.es logra 266 criterios de noticiabilidad (16,77%), seguido de eldiario.es con 194 (12,23%) y El mundo.es con 179 (11,29%). El agrupamiento de una mayor presencia de estos principios en Elpais.com se entiende en el hecho de que es el diario que presenta un número de noticias elevado respecto al resto de medios. Esta característica se une a que también Elpais.com logra una red más amplia de cobertura a nivel nacional con el emprendimiento de investigaciones propias sobre los casos de abusos sexuales en la Iglesia católica y cobertura periodística internacional de sucesos noticiosos, en los que se muestran los criterios de noticiabilidad más relevantes. Así da muestra la tabla 5.

Del mismo modo, Abc.es es el segundo medio digital que contempla un número alto de criterios de noticiabilidad al ser también el segundo diario con más noticias recogidas. Este hecho se sustenta en la importancia de las informaciones de la Iglesia católica, institución que se define por los primeros criterios de noticiabilidad.

Se destaca el nexo entre el menor uso de criterios de noticiabilidad por parte del El Mundo.es y el diario.es con el bajo número de noticias que estos reúnen. Sin embargo, hay que indicar que aun cuando el diario.es cuenta con cuatro textos menos frente a El Mundo.es, es precisamente el que presenta más criterios de noticiabilidad de los dos.

El diario El País.com emplea 947 criterios de noticiabilidad en las 158 informaciones, es decir, cuenta con una media de 6 criterios por artículo.

En la línea con el análisis general, el criterio que predomina en este diario es el de actualidad (15,20%), seguido de la disponibilidad (13,94%), un dato que no es de extrañar dada la organización de periodistas o colaboradores extendida alrededor de los diferentes continentes. Aun así, El País.com se sirve de agencias de comunicación en la publicación de 11 artículos, en concreto, de Efe, Reuters y AFP. Le continúa la relevancia (12,14%) con variedad de temas; la relevancia de los sujetos implicados (11,82%), teniendo en consideración la vinculación entre el papel de asuntos destacados en la elección de realidades y los sujetos que en estas estén comprometidos.

El quinto criterio de noticiabilidad se encuentra en la proximidad geográfica (10,56%). Se entiende esta representación en las temáticas presentadas, como los delitos sexuales de la Iglesia católica, la información que rodea a esta al ubicarse en Italia, el incendio de Notre Dame, unido a diversos sucesos situados en España o Europa con la religión como hilo conductor de las informaciones. A partir de ahora los criterios de El País.com no se encuentran en la mitad de los artículos, continuando la ideología de la información (6,97%), presente en gran parte por la asociación de esta preferentemente a casos de pederastia eclesial a menores, varios sucesos, muestra de la realidad de minorías religiosas, conflictos en Sudamérica con la Iglesia católica y evangélica, crisis de Oriente Próximo, implicación de la Iglesia católica española en la trama de Fusara y el atentado en Nueva Zelanda.

A continuación, aparece el valor informativo (4,85%), que versa sobre los abusos sexuales en la Iglesia católica, los asuntos financieros sobre esta institución, la represión contra minorías religiosas, la política en países donde apenas hay separación entre Estado y religión, la vivencia con el ISIS por parte

de tres españolas, los atentados de Nueva Zelanda, el patrimonio cultural eclesial y varios sucesos de diversa índole. Este último criterio se une estrechamente al siguiente, la envergadura (3,69%), que en este caso reúne los mismos artículos en torno a la Iglesia católica dada la importancia que las decisiones o hechos de la organización tienen. A su vez, se encuentran publicaciones sobre la política internacional, la realidad en Oriente Próximo, la situación de minorías religiosas, los sucesos donde se entremezcla política y religión, la caída de sectas religiosas, según la etiqueta del diario, y el patrimonio de la Iglesia católica española.

La gravedad intrínseca en el anterior criterio permite entender el siguiente, el conflicto (3,38%). Se hace notorio principalmente la presencia de publicaciones sobre los delitos sexuales a menores, la realidad de minorías religiosas y las circunstancias de guerra en Oriente Próximo. Recortando distancia aparece el impacto a la población nacional (3,17%), en la línea de la gravedad de la salida a la luz de la pederastia en el núcleo de la Iglesia católica española, unido a noticias de diferente temática en España, como son el caso de las inmatriculaciones de la institución religiosa, la escuela concertada y varios sucesos. Y con las mismas informaciones está el criterio del número de personas implicadas, presente en los artículos sobre los abusos sexuales, la guerra en Siria y Oriente Próximo, las denominadas sectas religiosas, el atentado en Nueva Zelanda y otros de variado campo temático.

Más adelante está la trascendencia (3,06%), que trata las decisiones relevantes de la Iglesia católica, así como de gobiernos, hechos como la liberación de una cristiana que ha pasado por la cárcel en Pakistán por blasfemia, el incendio de la catedral de Notre Dame o la sentencia sobre un juicio importante en India, por ejemplo. Con una noticia menos (2,95%) se sitúa el criterio de entretenimiento, visible en artículos sobre famosos, el mundo de la cultura, el patrimonio histórico, celebración de tradiciones y, por otro lado, en textos según su género periodístico, como son las fotogalerías o los reportajes en suplementos.

La novedad (2,53%) recoge informaciones sobre nuevos casos de abusos sexuales, piezas culturales con hallazgos históricos, sucesos donde los

elementos implicados, las circunstancias que le envuelven o las medidas que anuncian añaden la novedad. El siguiente criterio es el de consecuencias (1,16%), en los que las personas o instituciones implicadas pueden sufrir o hacer sufrir represalias.

Y con una representación menor a los diez artículos se encuentran los siguientes criterios: dinero (0,59%), inclusión de desplazamientos (0,47%), evolución futura de los acontecimientos (0,24%), y rareza (0,24%). No obtienen ningún porcentaje los criterios según las características de producción, sexo, sangre y suspense o emoción.

El diario Abc.es emplea 266 criterios de noticiabilidad en las 52 informaciones, es decir, cuenta con una media de 5 criterios por artículo.

El principal criterio de noticiabilidad por el que este medio recoge noticias sobre religión es la actualidad (13,9%), seguido de la relevancia (12,03%) en torno a diversos temas, entre los que se pueden destacar el papel de la Iglesia católica en la sociedad, los viajes del Papa Francisco o los últimos movimientos en la escuela concertada española; prosigue la disponibilidad (12,03%), por lo que emplea mayormente a la plantilla para la redacción a excepción de tres textos procedentes de Efe. Por ello, se entiende que el siguiente criterio es la proximidad geográfica (12,03%), dato que se enmarca en que la mayoría de las noticias versan sobre la Iglesia católica española y varias informaciones con relación al islam en Francia. Prosigue, la relevancia de los sujetos implicados (10,15%), que debido a que estas giran en torno a la Iglesia católica, así como autoridades políticas, como se observa en la extracción de los campos semánticos, no es de extrañar que dicho criterio sea uno de los más utilizados.

En la ideología (6,39%) sobresale la violencia y ofensas al cristianismo, como delitos contra alguna iglesia en España o los atentados en Sri Lanka contra las iglesias, la persecución a la Iglesia católica y otras minorías religiosas y la pérdida de la práctica cristiana. Y le continúa el conflicto (5,26%).

Posteriormente, los criterios de trascendencia (4,88%) y el número de personas implicadas (4,88%) se unen a la lista, sendos estrechamente vinculados y mientras el primero recoge informaciones sobre importantes viajes del Papa, la

creación de nuevos organismos en la Santa Sede, los atentados de Sri Lanka, la nueva ley de educación, el incendio de Notre Dame; en el segundo se enmarca la represión a minorías religiosas, las medidas en educación que afecta a las familias de colegios concertados, los hechos con la Iglesia católica como protagonista, y también los actos terroristas.

El siguiente criterio es el del entretenimiento (4,13%), que engloba informaciones sobre historia, televisión, patrimonio cultural, junto a dos entrevistas y un ensayo. El de sangre se postula siguiente (3,38%) versando sobre relatos históricos con su respectivo derramamiento de sangre y, por otro lado, los actos terroristas en Sri Lanka, Nueva Zelanda y California. A este le sigue el valor informativo (3%), que preferentemente informa sobre la violencia a una confesión religiosa, en la línea de la gravedad que predica este criterio. También se encuentra el impacto sobre la población nacional (3%), que tratan las medidas educativas, noticias políticas y el papel de la Iglesia católica española, implicando a los cristianos de esta confesión; el criterio del dinero (1,5%) que recoge textos sobre las finanzas del Vaticano, la aportación social de la Iglesia católica española y la implicación económica de la medida educativa del Ministerio de Educación; y la novedad (1,5%) con hechos como la creación de una plataforma que defiende la escuela concertada, las denuncias financieras al Vaticano, la instauración por parte de este de un nuevo observatorio y la salida de los favoritos para representar Israel en Eurovisión.

Los últimos criterios son las consecuencias (0,75%) sobre la paz en Oriente Próximo y los atentados cometidos, y la rareza (0,37%) en base a la visita de Manuel Carcaño a misa.

Elmundo.es hace uso de 179 criterios de noticiabilidad en 35 artículos, es decir, que emplea 7,9 criterios por texto.

En cuanto a Elmundo.es, el criterio de noticiabilidad por el que basan principalmente las publicaciones es la actualidad, (16,2%), seguido de la proximidad geográfica (14,52%) al tratarse de informaciones de España, Italia, en las noticias del Vaticano, y a nivel de Unión Europea. Por ello, no sorprende que el criterio de disponibilidad sea el tercero (13,41%).

El cuarto es la relevancia (22%) que trata sucesos, hechos del Vaticano, los casos de abuso sexual eclesial y la represión china, entre otros. Le continúa la relevancia de los sujetos implicados (11,17%) entre los que aparecen la Iglesia católica, el Papa Francisco, políticos internacionales y nacionales.

Posteriormente, está la ideología (6,7%) que recoge el acoso sexual eclesial, la discriminación y represión a las minorías religiosas, los atentados y varios sucesos. Este tipo de publicación permite entender que el siguiente criterio sea el número de personas implicadas (6,15%), así como el que le continúa, el valor informativo (5,03%).

Prosigue el criterio de entretenimiento (3,35%) sobre turismo, televisión, gastronomía, arte y cultura; el impacto sobre la población nacional (2,79%) ante los casos de pederastia en la Iglesia católica, una decisión de la Unión Europea y el debate ciudadano por la escuela concertada; la trascendencia (2,23%) basados en hechos ocurridos por primera vez como el reto en las redes sociales de las jóvenes árabes en contra del velo.

Los criterios de noticiabilidad con menor percentil (1,12%) son: conflicto, sangre, rareza, consecuencias y novedad. Los atentados en Sri Lanka y Nueva Zelanda, así como una multitudinaria protesta en India son los acontecimientos englobados en los dos primeros criterios. Y, por último, se halla la envergadura (0,56%) sobre la persecución y detención de China a los cristianos.

Para concluir este apartado, eldiario.es utiliza un total de 194 informaciones en 39 textos, es decir, 8,43 criterios por publicación.

En este caso la disponibilidad es el primer criterio (18,55%), es decir, que los hechos expuestos son cercanos o cuentan con periodistas en el extranjero. Tan solo dos noticias sobre Brasil y Jair Bolsonaro pertenecen a Agencia Pública. Prosigue la actualidad (17,52%) y la proximidad geográfica (16,49%) al ser predominantes los textos sobre hechos noticiosos en España y en menor medida en el Vaticano, Francia y Polonia.

Bajando se encuentra el criterio sobre la relevancia de los sujetos implicados (9,79%) con preferencia presencia de la Iglesia católica, el Papa Francisco, políticos nacionales, europeos y en terceros países, instituciones españolas y

partidos políticos españoles. Continúa la ideología (7,73%), que en su mayoría expone la religión frente a otro ideario, cubren una secta religiosa, un juicio en torno a la religión, la influencia de esta en la educación española y en el terreno europeo, el entramado inmobiliario de la Iglesia católica española y sus abusos a menores; estos mismos hechos se presentan principalmente en el siguiente criterio, el valor informativo (4,64%).

Persiste el impacto sobre la población nacional (4,12%) sobre los abusos sexuales eclesiales, el poder de la religión en las instituciones europeas, la educación concertada y la asignatura de religión; el número de personas implicadas (3,09%) acerca de los casos de pederastia, una secta religiosa en Brasil, la religión en Oriente Próximo, Estados Unidos y Unión Europea; la trascendencia (1,55%) en base a la salida para sacar una figura religiosa de la universidad, una primera aplicación sobre discriminación y exposición amplia del papel de las confesiones religiosas en la Unión Europea; el conflicto sobre el debate de la Iglesia católica con la educación y el papel de la mujer en la institución (1,55%); la novedad (1,55%) sobre tecnología y un suceso; y la rareza (1,55%) acerca de una mezquita novedosa en Francia, las restricciones en los funerales católicos en Huesca y su relación con el franquismo.

Los siguientes criterios son las consecuencias (1,03%) en torno a la venta opaca de inmobiliario de la Iglesia católica, las terapias sobre homosexualidad de la institución católica; el entretenimiento (1,03%) sobre el reportaje de la comunidad hindú y un festival cultural; la envergadura con una publicación (0,51%), al igual que el criterio de sexo (0,51%), sangre (0,51%) y dinero (0,51%).

Por concluir, los cuatro diarios digitales se apoyan en cinco criterios compartidos mayormente para decidir la publicación de información sobre religión. Estos son: la actualidad -el primero de todos en Elpais.com, Abc.es y Elmundo.es y segundo en eldiario.es-, disponibilidad, relevancia, proximidad geográfica, relevancia de los sujetos implicados y la ideología de la información, que entra como quinto criterio en el caso de Elmundo.es y eldiario.es. Este mismo criterio en Elpais.com y Abc.es se encuentra en sexta posición. En este punto se ha de reseñar que el criterio ideológico tiene una

media en los diarios de un 7%, un dato bajo al que se añade un 2,82% de media del uso del criterio del conflicto.

Por otro lado, el impacto sobre la población nacional es uno de los criterios siguientes en los que se fijan los cuatro diarios, así como el valor informativo, la relevancia, sobresaliendo más en El mundo.es, o el número de personas implicadas. En común también tienen los cuatro medios que los criterios de rareza, sangre, sexo, dinero y las características de producción son los menos utilizados, junto al suspense o emoción que no contabiliza ninguna noticia en ninguno de ellos.

De manera que, los hechos sobre religión presentes, cercanos a España y Europa, sobresalientes, en el que entran en escena personajes relevantes, como es la Iglesia católica o el Papa Francisco y, en menor medida, hechos conmovedores y terribles, son los que destacan también de forma individual en El país.com, Abc.es, El mundo.es y el diario.es. Siendo las malas noticias las buenas en menor medida, según los criterios de noticiabilidad.

Tabla 5. Distribución de publicaciones por criterios de noticiabilidad (en porcentaje)

Criterios de noticiabilidad	Elpais.com	Abc.es	Elmundo.es	eldiario.es
Relevancia sujetos implicados	11,82	10,15	11,17	9,79
Impacto población nacional	3,17	3	2,79	4,12
Trascendencia	3,06	4,88	2,23	1,55
Proximidad geográfica	10,56	12,03	14,52	16,49
Número personas implicadas	3,17	4,88	6,15	3,09
Envergadura	3,69	0	0,56	0,51
Entretenimiento	2,95	4,13	3,35	1,03
Accesibilidad al lugar	13,94	12,03	13,41	18,55
Características de producción	0	0	0	0
Actualidad	15,2	13,9	16,2	17,52
Conflicto	3,38	5,26	1,12	1,55
Rareza	0,21	0,37	1,12	1,55
Consecuencias	1,16	0,75	1,12	1,03
Sexo	0	0	0	0,51
Sangre	0	3,38	1,12	0,51
Dinero	0,53	1,5	0	0,51
Suspense/Emoción	0	0	0	0
Negativo	6,97	6,39	6,7	7,73
Relevancia	12,14	12,78	12,29	7,73
Valor informativo	4,85	3	5,03	4,64
Novedad	2,53	1,5	1,12	1,55
Evolución futura de los acontecimientos	0,21	0	0	0
Inclusión desplazamientos	0,42	0	0	0
Total	100	100	100	100

Fuente: elaboración propia

5. CONCLUSIONES

El análisis de la cobertura periodística de Elpais.com, Abc.es, Elmundo.es y eldiario.es a través de las etiquetas expresa que un primer campo semántico en los medios de comunicación analizados es la propia Iglesia católica con 86 etiquetas, debido a la información constantemente presente en los cuatro diarios digitales acerca de los abusos sexuales en el centro de la institución, destacando en este sentido Elpais.com -con una sección propia para este tipo de delitos-. Junto a este se unen los campos semánticos de la política, el arte y la cultura y la realidad en Oriente Próximo. La religión se define, de manera generalista, en base a la pederastia en la Iglesia católica; la religión y su presencia en el juego de las relaciones internacionales; la religión y los conflictos árabes; la religión y la cultura. Y en cierta medida, la religión y la educación; la religión y el terrorismo.

Definir la religión es dependiente a la línea editorial e ideológica del medio. Mientras Abc.es no cubre los casos de pederastia en la Iglesia católica manteniendo su línea conservadora pro institución eclesial católica, eldiario.es siendo el medio más liberal introduce un campo semántico de la religión con una nueva ideología: el feminismo.

Como ha quedado constancia, el predominio de la cobertura informativa se reúne en torno a la religión católica, tanto por ser incluso un campo semántico, como por englobar un mayor número de etiquetas de esta confesión y por la casi ausencia de otras confesiones religiosas. Solo el islam recoge 36 etiquetas mientras el resto de religiones dos o menos.

Los cuatro medios digitales no reflejan el pluralismo religioso en los textos periodísticos, centrandó la información en la Iglesia católica. Un hecho en el que interviene la aún influencia de la religión y, en concreto, del catolicismo en las diferentes esferas sociales, como se observa en el calendario de festividades religiosas o la realización de actos religiosos con intervenciones políticas. Sin embargo, el peso del catolicismo se conjuga con la pérdida de la práctica religiosa en España en el contexto del escenario secular europeo. Este hecho conlleva a una dependencia de los medios de comunicación para conocer la realidad religiosa, la cual obtienen centrada en unos campos

semánticos que no expresan la relevancia que el sociólogo Berger definía y conducen hacia el principio de las malas noticias son en realidad las buenas.

En este sentido, del tratamiento informativo religioso también se concluye un comportamiento similar entre los diarios en el hecho de que la religión no representa un espacio central en el conjunto de las informaciones ante el bajo número de noticias sobre religión (recordemos que en el periodo de un año solo se publicaron poco más de 4.000 textos periodísticos en el conjunto de los cuatro medios). Del mismo se constata esta realidad al examinar que un hecho religioso no se traslada en una mayor cobertura traducida en número de producción de noticias. Los acontecimientos en el área de la religión son sucesivos y puntuales en momentos concretos del año, sin embargo, dichos eventos no representan una mayor cobertura religiosa por parte de Elpais.com, Abc.es, Elmundo.es y eldiario.es. Así da muestra la irregularidad en la distribución de publicaciones por meses en el año, como señala el gráfico 1.

La información religiosa se presenta con textos periodísticos con una extensión estándar y con una notoria dificultad para ser protagonista en artículos más largos. Hasta los 5.000 caracteres los diarios sitúan la mayor parte de las publicaciones, alrededor del 61% en Elpais.com y Abc.es, un 80% en Elmundo.es y un 37% en eldiario.es. Además, se engloba preferentemente en suplementos de diversa materia o subsecciones, en 'Sociedad' (21,55%), 'Internacional' (22,96%) o 'Cultura' (9,54%). Se comprueba la falta de una sección propia de religión y su menor presencia en otras secciones más principales como 'Nacional' (8,83%), teniendo en cuenta que los textos en 'Internacional' responden a las relaciones políticas o conflictos donde la religión se utiliza para dar el contexto del acontecimiento, una de las razones aportadas por la autora Pou por la que los media publican sobre religión.

Del mismo modo se muestra a través de la noticia preferentemente, la columna de opinión y el reportaje, sendos alrededor del 10%, por lo que la religión adopta un tono informativo aunque reseña la gran presencia de la opinión, siendo la religión objeto de debate. Se añade la utilización de atributos en menos de la mitad de los artículos en su conjunto.

Se razona que la religión es una temática de segunda o tercera categoría al no tener protagonismo en ninguno de los puntos que determinan la *agenda setting*, unos aspectos que a pesar de mostrar una tendencia similar en cada uno de ellos no siguen unas pautas determinadas pudiendo confirmar la hipótesis de la ausencia de tratamiento específico de los temas religiosos. Cuantitativamente los cuatro diarios se acercan entre ellos, pero cualitativamente es cuando se refleja este tratamiento diferente.

En este sentido, Elpais.com realiza una cobertura de la religión más amplia, con un tratamiento informativo cogiendo por bandera la exposición de los casos de pederastia en la Iglesia católica y muestra en mayor medida el pluralismo religioso. En los artículos predomina el carácter informativo, se sitúa principalmente en suplementos y 'Sociedad' y su publicación es inestable en su distribución por meses.

Aunque Abc.es no informa sobre religión de una manera más extensa, los textos cubren los hechos en torno a la Iglesia católica desde un enfoque informativo y positivo de la institución, pero sin espacio al pluralismo religioso. Este diario destaca frente a los otros por recoger la contribución de la Iglesia católica y cristianismo en la sociedad, pero ignora los delitos sexuales en esta iglesia. No solo es el medio que coloca la religión entre los géneros más informativos, sino que también la ubica en secciones principales.

Elmundo.es es el que menor lugar dedica a la religión y con una mayor variedad de temas, en la que se reseña un grupo de noticias sobre la pederastia en la Iglesia católica y otro de la política exterior. Es el diario que ubica la religión entre las secciones principales, aunque es difícil encontrar textos sobre otras confesiones religiosas.

Y eldiario.es destaca entre los cuatro medios por ser el que cubre la religión desde una perspectiva más liberal, en base a su línea editorial. La información religiosa se define por estar enfrentada a otra ideología y encaminadas hacia la separación de Iglesia y Estado. Y es cubierta preferentemente desde un punto de vista informativo y en diferentes subsecciones. Hay cierto pluralismo religioso, pero es relevante que la información sobre cristianismo y, en especial, el catolicismo se cubre desde una perspectiva más negativa, mientras

informaciones sobre el islam o hinduismo se dan a conocer con un enfoque positivo.

Las conclusiones de cada medio y la comparación de la definición de religión exponen la ausencia de un tratamiento específico sobre la religión. Este depende de la línea editorial, aunque predomina una cobertura en la que se desliga la religión de la sociedad.

Del mismo modo se concluye en los criterios de noticiabilidad en los que se fija cada medio para publicar una información religiosa, siendo la actualidad (17-15%), la disponibilidad (18-12%), la relevancia del hecho (12-7%) y de los sujetos implicados (11-9%) y la proximidad geográfica (10-16%) los criterios comunes entre los cuatro diarios y por los que la religión consigue ser publicada.

Los diferentes argumentos conclusivos conducen a una tesis mayor: el traslado de la religión a un segundo plano, de las instituciones a la esfera privada, como indica la sociología, se refleja también en los medios de comunicación. Es decir, la misma tendencia hacia la secularización manifestada especialmente en Europa la refleja Elpais.com, Abc.es, Elmundo.es y eldiario.es. La religión ya no es la gran legitimadora y constructora de significados en el ámbito público, por lo que tampoco los medios le otorgan el espacio necesario a la religión ante la pérdida de influencia social.

Sin embargo, la sociología expone la relevancia de la religión y los estudios demuestran la importancia de esta como pilar en la construcción de la sociedad, cultura e idearios de naciones, unido a la vinculación que permanece entre la religión y las personas ante el crecimiento del pluralismo religioso. Por tanto, resulta complejo que la religión adopte de nuevo un papel fundamental en la sociedad si los medios de comunicación, que indican los temas sobre los que pensar, no conceden en los textos periodísticos la representación que le corresponde a la religión.

Se precisa una cobertura y tratamiento informativo religioso adecuado, espejo del pluralismo religioso y que promueva el fenómeno religioso como han de hacerlo las instituciones y ante la base que supone en la sociedad occidental.

6. BIBLIOGRAFÍA

ABC. (s.f.). *Cien años*.
https://www.Abc.es/informacion/centenario/cien_historia/cien.htm

Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. (2018). Marco General de los medios en España 2019. Recuperado del sitio de Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación: <https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2019/01/marco19.pdf>

Aldridge, A. (2007). *Religión en el mundo contemporáneo: una introducción sociológica*. Polity Press.

Alfonso, L. (2005). Los diarios online de información general: el caso de los grandes periódicos en español (Tesis doctoral). <https://dialnet.unirioja.es/>

Antoine, F., & Douyère, D. (Eds.). (2018). Religions et médias (Sección especial). *Revue Française des Sciences de l'information et de la communication*, 13.

Arroyo, M. (octubre-diciembre, 2005). La fuerza de la religión y la secularización en Europa. *Iglesia viva. Revista de pensamiento cristiano*, 224, 99-106. <https://iviva.org/la-revista/>

Berger, P. (1971). *Para una Teoría Sociológica de la Religión*. Kairós.

Blumer, J., & Gurevitch, M. (1982). The political Effects os Mass Communication. En M. Gurevitch, T. Bennett, J. Curran & J. Woollacott (Eds.), *Culture, Society and the Media* (pp. 236-267). Routledge.

Bru, M. (1996). La información religiosa en España. *Ciudad Nueva*, 11, 38-39.

Catalá, S. (septiembre-diciembre, 2004). El pluralismo religioso en el seno de la Unión Europea. *Encuentros Multidisciplinares*, 4, (18). <http://www.encuentros-multidisciplinares.org/>

Castón, P. (1989). Cultura y religión en la sociedad española. *Iviva*, 139, pp. 17-31. <https://iviva.org/>

Centro de Investigaciones Sociológicas. (2014). *Actitudes de la juventud en España hacia la participación y el voluntariado* (Informe No.3039). http://www.cis.es/cis/export/sites/default/Archivos/Marginales/3020_3039/3039/es3039mar.pdf

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

Davie, G. (2000). *Religion in Modern Europe: A Memory Mutates*. Oxford University Press.

Davie, G. (agosto, 2006). Religion in Europe in the 21st Century: The factors to Take into Account. *European Journal of Sociology*, 47(2), 271-296. <http://doi.org.10.1017/S0003975606000099>

DellaPergola, S., & Staetsky, D. (2019). *Why European Jewish demography? A foundation paper*. Institute for Jewish Policy Research. <https://www.jpr.org.uk/publication?id=16923>

Eldiario.es. (s.f.). *Qué es eldiario.es*. https://www.eldiario.es/que_es/

Eldiario.es. (s.f.). *Los focos de eldiario.es*. <https://www.eldiario.es/focos/>

Eldiario.es. (s.f.). *Religión y laicismo*. https://www.eldiario.es/focos/religion_y_laicismo/

El País. (2014). Principios éticos. En *Libro de Estilo El País* (pp.27-38). Santillana Ediciones Generales.

Donohue, G., Tichenor, P., & Olien, C. (1972). Gatekeeping. Mass Media Systems and Information Control. En G. Kline & P. Tichenor (Eds.), *Current Perspectives in Mass Communication Research* (pp. 41-69). Sage.

Galtung, J., & Ruge, M. (marzo, 1965). The Structure of Foreign News: The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers. *Journal of Peace Research*, 2(1). <https://journals.sagepub.com/home/jpr>

Giddens, A., & Sutton, P. (2018). *Sociología*. Alianza Editorial.

Golding, P., & Elliott, P. (1979). *Making the News*. Longman.

Gómez, A., & Uzcanga, I. (Octubre, 2006). Funciones textuales: etiquetas semánticas. Trabajo presentado en el Congreso Internacional de lingüística francesa, Valencia, España.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4031524>

Hervieu-Léger, D. (2005). *La religión hilo de memoria*. Herder Editorial.

La Escuela de Periodismo UAM-EL PAÍS. (s.f.). *Historia de El País*.
<https://escuela.Elpais.com/historia-de-el-pais/>

Laboa, J. M. (2012). Iglesia y religión en las constituciones españolas. *Crítica*, 979, pp.61-65. <https://www.revista-critica.es/>

Laboa, J. M. (1989). Cultura política y desarrollo religioso. En Bernhard Hagemeyer (Ed.), *España: balance 1988-1989*. Unión Editorial.

Lewin, K. (1947). Frontiers in Group Dynamics. II. Channels of Group Life: Social Planning and Action Research. *Human Relations*, 1(2), 143-153.
<http://doi.org.10.1177/001872674700100201>

López, A. (2011). La categorización de entidades del discurso en la escritura profesional: las etiquetas discursivas como mecanismo de cohesión léxica (Tesis doctoral). <http://diposit.ub.edu/dspace/handle/2445/35053>

Manso, J. (23 de octubre de 2019). Las señas de identidad de EL MUNDO. *El Mundo*.

<https://www.El mundo.es/espana/2019/10/23/5da9f2e5fdddffeb1e8b45e3.html>

Martini, S. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Norma.

McCombs, M. (1981). Setting the agenda for agenda-setting research. An assessment of the priority ideas and problems. En G. Wilhoit (Ed.), *Mass Communication Review Yearbook*, 2 (pp. 209-211). Sage.

McCombs, M., & Shaw, D. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36 (2), 16-187. <https://doi.org/10.1086/267990>

Ministerio de Justicia. (2019). Buscador Entidades Religiosas [Archivo de datos]. <https://maper.mjusticia.gob.es/Maper/RER.action>

Observatorio de Pluralismo Religioso en España. (s.f.). *Entidad religiosa*. Ministerio de Justicia. http://www.observatorioreligion.es/diccionario-confesiones-religiosas/glosario/entidad_religiosa.html

Oficina de Justificación de la Difusión. Evolución Audiencia eldiario.es. (Mayo, 2019). Oficina de Justificación de la Difusión.

Pérez-Agote, A. (2010). Religious Change in Spain. *Social Compass*, 57. 224-234. <http://doi.org.10.1177/0037768610362413>

Pérez-Agote, A. (diciembre, 2010). La irreligión de la juventud española. *Revista de Estudios de Juventud*, 91, 49-63. <http://www.injuve.es/conocenos/ediciones-injuve/revistas-de-juventud>

Pérez-Agote, A. (2016). Transformaciones contemporáneas de la relación entre política, cultura y religión en Europa occidental. Un apunte para el caso español. *Política y Sociedad*, 53(1), 29-54. http://doi.org.10.5209/rev_POSO.2016.v53.n1.48458

Pérez-Agote, A., & Santiago, J. (2009). *La nueva pluralidad religiosa*. Ministerio de Justicia.

Pew Research Center. (2017). *Europe's Growing Muslim Population*. <https://www.pewforum.org/2017/11/29/europes-growing-muslim-population/>

Pew Research Center. (2018). *Eastern and Western Europeans Differ on Importance of Religion, Views of Minorities, and Key Social Issues*. <https://www.pewforum.org/2018/10/29/eastern-and-western-europeans-differ-on-importance-of-religion-views-of-minorities-and-key-social-issues/>

Pou, M.J. (diciembre, 2008). El hecho religioso y su tratamiento periodístico: limitaciones y dificultades. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 14, 561-573. <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/index>

Real Academia Española. (s.f.). *Campo*. <https://dle.rae.es/campo>

Rémond, R. (2000). *Religion et société en Europe: La sécularisation aux XIX e et XX e siècles (1789-2000)*. Éditions du Seuil.

Riffe, D., Aust. C., & Lacy, S. (marzo, 1993). The effectiveness of random, consecutive day and constructed week sampling in news paper content analysis. *Journalism Quarterly*, 70 (1), 133-139.

Román, J. (2005). Laicidad y cristianismo en la Europa del futuro y en la Europa del futuro. *Salmanticensis*, 52(3), 449-472. <http://doi.org.10.36576/summa.29749>

Rubio, J. M. (marzo, 2009) Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la *agenda setting*. *Gazeta de Antropología*, 25 (1). <http://www.gazeta-antropologia.es/>

Ruiz, R. (2017). El proceso de secularización de la sociedad española (1960-2010): entre la Historia y la memoria. *Pasado y Memoria. Revista de Historia Contemporánea*, 16, 207-232. <http://doi.org.10.14198/PASADO2017.16.09>

Soler, A. (7 de abril de 2014). España no es laica ni aconfesional. *Levante El Mercantil Valenciano*. <https://www.levante-emv.com/opinion/2014/04/17/espana-laica-aconfesional/1101873.html>

Shaw, E. (1979). Agenda-Setting and Mass Communication Theory. *Internacional Journal for Mass Communication Studies*, 25 (2), 96-105.

Taylor, C. (2015). *La Era Secular. Tomo II*. Gedisa.

Tuchman, G. (1978). *Making News: A Study in the Construction of Reality*. Free Press.

Uña, O. (1998). Thomas Luckmann. En J.L. Iturrate & J. Beriain (Eds.), *Para comprender la Teoría Sociológica* (pp.287-294). Verbo Divino.

Unidad Editorial. (s.f.). *El Mundo*. https://www.unidadeditorial.es/producto.aspx?id=elmundo_es

Vocento (s.f.). *Historia*. <https://www.vocento.com/nosotros/prensa/abc/>

Warren, C. (1975). *Géneros periodísticos informativos: nueva enciclopedia de la noticia*. A.T.E.

Wolf, M. (1987). *La investigación de la comunicación de masas*. Paidós.

Wolf, M. (1994). *Los efectos sociales de los media*. Paidós.

Zucker, H. (1978). The variable nature of mass media influence. En B. Ruben (Ed.), *Communication Yearbook*, 2 (pp. 225-240). Routledge.