

# HACIA UNA DEFINICIÓN DEL OBITUARIO EN LA PRENSA ESPAÑOLA. EL CASO DE 'EL PAÍS'

TOWARDS A DEFINITION OF OBITUARY IN SPANISH PRESS.  
CASE STUDY OF 'EL PAÍS'

---

Alejandro de la Fuente Escribano | delafuente.escribano@gmail.com |  
Universidad Rey Juan Carlos

---

**Resumen:** Este artículo tiene como objetivo describir, a través del diario *El País*, las características del género de los obituarios, uno de los menos estudiados en España, sin apenas presencia en libros de estilo y manuales de periodismo. Para ello, realizaremos un análisis de contenido de los obituarios del año 2015. Asimismo, pretendemos analizar la agenda y el encuadre (*framing*) que realiza *El País* en su labor de selección, jerarquización e interpretación de los obituarios. **Palabras clave:** obituarios; necrológica; *agenda-setting*; encuadre; prensa; género; *El País*.

**Abstract:** This article intends to describe, throughout *El País* newspaper, the characteristics of the obituaries genre which is one of the least studied and is scarcely present in style guides or journalism handbooks. For that reason, we will develop a quantitative content analysis of the 2015 obituaries. At the same time, we pretend to analyze the agenda and framing put on in the choosing, hierarchical structuring and interpretation processes done by *El País*. **Keywords:** obituaries; death notices; agenda-setting; framing; newspaper; genre; *El País*.

## 1. Introducción

Los principales autores que han estudiado los obituarios en España (López Hidalgo, 1999; Vilamor, 2009; González-Nandín, 2015), coinciden en afirmar su sorpresa y asombro ante las escasas referencias sobre obituarios en estudios académicos españoles, libros de estilo, manuales de redacción e, incluso, en facultades de Periodismo.

Aunque sus características son objeto de discusión, para Vilamor (2009: 13), “se trata de un género que de un modo u otro siempre ha estado presente en la prensa y en los últimos años ha cobrado mayor importancia”, unido al hecho de que, como señala este profesor, “junto con las cartas son de las secciones más leídas”. En este sentido, todos los grandes periódicos nacionales cuentan con sección propia y diariamente reservan espacio en sus páginas para publicar obituarios. Para López Hidalgo (1999: 89), los obituarios “ocupan espacios destacados en los medios y adoptan nuevas formas para un público que demanda este tipo de información”. El escritor Andrés Trapiello, quien firmó obituarios en *El País*, va más lejos al afirmar que, además, “adivinan el alma de un novelista” (Trapiello, 1996: 9).

Así pues, si partimos de la premisa de que los obituarios, a diferencia de las esquelas que los acompañan, son auténticas e indiscutibles piezas periodísticas y, como tales, deben ajustarse a las pautas de redacción y línea editorial del medio, podemos ver cómo un gran abanico de posibilidades de estudio se abre ante el investigador. De todas estas posibilidades, optamos por la teoría de la *agenda-setting* para orientar y dirigir la presente investigación.

De acuerdo con la teoría de la *agenda-setting*, los medios de comunicación son grandes agentes que, además de informar, formar y entretener, realizan una importante labor de socialización. Siguiendo esta teoría, también podemos entender que los obituarios manifiestan esa agenda o selección de aquellos temas, en este caso entendidos como personajes fallecidos, que al medio le interesa que sus lectores conozcan. Así, en nuestro estudio observaremos qué tipo de personajes estima el medio que, de acuerdo a ciertas características personales o profesionales, merecen un espacio en sus obituarios.

Por otro lado, en nuestra investigación nos orientaremos también por la teoría del encuadre (*framing*), entendida como “la capacidad de los medios para crear marcos periodísticos y psicológicos en la forma en que las noticias se presentan a la audiencia” (Kinder e Iyengar, 1989: 15). En nuestro caso, hablamos de cómo el medio jerarquiza y concede importancia a cada obituario al tiempo que, mediante un determinado lenguaje, los interpreta, valora y confiere sentido.

Así pues, analizaremos la agenda mediática de *El País* a través de una descripción de sus obituarios publicados en el año 2015. Para cumplir con los ob-

jetivos, trabajaremos con la técnica del análisis de contenido. Con esta investigación pretendemos, ante todo, aportar conocimiento a la comprensión de la propia psicología del periodista, las rutinas periodísticas y las pautas de organización de un medio histórico como *El País*.

Así, el contenido del presente artículo se estructura de la siguiente forma: en primer lugar, un primer apartado en el que contextualizaremos nuestro caso de estudio; un segundo donde abordaremos el concepto de obituario, revisaremos la literatura existente y plantaremos nuestra posición en el desarrollo de la investigación; y un tercer bloque donde justificaremos la metodología empleada, la selección de la muestra y las unidades y categorías de análisis. En último lugar, ofreceremos los resultados del análisis de contenido y las conclusiones de la investigación.

## 2. Marco contextual

### 2. 1. Origen y desarrollo histórico de los obituarios

De acuerdo con González Nandín (2015: 19), el género de los obituarios es tan antiguo como el propio periodismo. Este autor constata en su tesis que ya en la Antigua Roma se publicaban, en los *Annali Maximi*, crónicas y avisos de los principales acontecimientos de la vida cotidiana de la ciudad: nacimientos, matrimonios, defunciones, etc.

El desarrollo del periodismo en España estará estrechamente ligado con el dinamismo de la corte en Madrid, como capital del reino, pudiendo encontrar los primeros contenidos necrológicos en el periodismo gacetillero del siglo xvii. Estas necrológicas contaban con unas fronteras muy difusas entre literatura y periodismo, de manera que debemos ubicar el origen de los obituarios muy cercano al género literario, siguiendo los pasos de otro tipo de piezas como el reportaje o la crónica.

Para Bridget Fowler (2007: 4), los primeros obituarios en términos ‘modernos’ aparecerán en el londinense *The Gentlemans Magazine*, en 1731, influidos por la obra de John Aubrey, filósofo y escritor inglés. Con el tiempo, *The Gentlemans Magazine* se verá superado por *The Daily Universal Register* (1785), más conocido posteriormente como *The Times*, un periódico cuyos obituarios serán célebres por saber expresar bien la relevancia de las figuras públicas a su muerte. La fama del periódico con sus obituarios sería tal que, en palabras de Fowler, “durante muchos años *The Times* fue considerado el único lugar donde ser visto muerto” (Fowler, 2007: 114).

Aunque la hegemonía de *The Times* en el arte de los obituarios ha continuado durante todo el siglo xx hasta nuestros días, debemos notar la aparición de otros actores en el escenario como *The Independent* y *The Daily Telegraph*, en Reino Unido, y, especialmente, *The New York Times* en Estados Unidos.

En el ámbito español, a partir de la década de los años ochenta, el género de los obituarios también experimentará grandes transformaciones, especialmente a partir de la competencia de la televisión. En este sentido, podemos ver el encuadre o tratamiento que los medios ofrecerán de Lady Di a su muerte, elevando su figura a mito cultural (Ramonet, 1998: 7). Aquel año, la princesa de Gales sería descrita como “madre ejemplar”, “mujer enamorada” y “desdichada”, “ícono de la moda” y “alma caritativa”, entre otros valores positivos trasladados a la agenda del público.

En la actualidad, todos los grandes periódicos nacionales cuentan con una sección de obituarios, si bien en ninguno de ellos tiene una periodicidad diaria. En el caso de *Abc*, decano de la prensa española, podemos encontrar la sección titulada “Necrológicas” encabezando tanto los obituarios como la relación de fallecidos el día anterior. No obstante, el *Abc* es conocido por ser el periódico español que mayor importancia ofrece a las esquelas, tanto cuantitativa, como cualitativamente (González-Nandín, 2015: 186).

El periódico *El Mundo*, nacido en 1989, será el primer diario nacional en publicar una sección fija, bajo el título de “Obituario” enmarcada en las páginas de opinión. En el caso de *La Razón*, fundado en 1998, se emplea el título de “Necrológicas” como cabecera de la sección, publicando, al igual que *Abc*, la relación de fallecidos en Madrid el día anterior, las esquelas y los propios obituarios. En cualquier caso, por el interés y atención mostrado hacia el género de los obituarios, debemos detenernos a examinar el caso de *El País*.

## 2. 2. El caso de ‘El País’

*El País*, nacido en 1976, denominará hasta el año 2003 como “Agenda” la sección en la que daría cuenta –bajo el título “Necrológicas”– del fallecimiento de personajes relevantes. Estos primeros obituarios se caracterizaban por ser piezas muy breves (menos de 150 palabras) y fundamentalmente informativas. Sirva de ejemplo el obituario del periodista Alberto Lázaro:

“Alberto Lázaro, periodista jubilado, falleció el domingo, en Gerona, a la edad de 65 años. Con el seudónimo de Alberto de Lavedan, Alberto Lázaro fue corresponsal en varias naciones europeas de la extinguida cadena Prensa del Movimiento. Hasta su muerte desempeñó la corresponsalía literaria de *El Alcázar*” (*El País*, 27/01/1981).

A partir de enero de 2003 estos obituarios comenzarán a publicarse en una sección ya no denominada Agenda, sino en un espacio fijo bajo el título “Necrológicas”. Por un lado, con la creación *exprofeso* de una sección de obituarios,

*El País* transformará el género confiriendo a estas piezas mayor valor e importancia periodística, a la altura de otros textos del periódico. Y, por otro lado, el medio demostrará que este cambio no sería cosmético, sino que la revolución también afectaría a la estructura y estilo de los propios obituarios. Si antes observábamos textos breves y esencialmente informativos, a partir de ahora los obituarios contarán con firma, titular (apareciendo siempre el nombre del fallecido seguido del cargo o valoración de su obra), fotografía en la mayoría de los casos, ganarán extensión (más de 150 palabras) y el contenido se caracterizará, ya no tanto por la información, sino por la opinión.

### **3. Marco teórico**

#### **3. 1. Los obituarios como material de investigación**

Tras una intensa revisión podemos exponer cuáles son las principales perspectivas desde las que se ha abordado el estudio de los obituarios. Entre las principales aportaciones en el ámbito español destacamos, por una parte, los estudios de López Hidalgo (1999), Yanes Mesa (2004), Ríos Pérez (2005) Vilamor (2009), Rosendo Klecker (2010) y González-Nandín (2015), todos ellos desde una perspectiva teórica y centrados en el carácter de los obituarios como género periodístico. Por otro lado, debemos destacar los trabajos de Crespo Fernández en 2006 y 2007 desde una perspectiva lingüística.

Fuera del ámbito español, las perspectivas utilizadas en el estudio de obituarios son variadas y responden a diversos intereses. Desde una perspectiva del contenido resulta significativa la gran abundancia de trabajos orientados a analizar el tratamiento dado a grupos o colectivos humanos concretos: homosexuales (Nardi, 1990; Alali, 1994; Cameron, 2005), bibliotecarios (Dilevko y Gottlieb, 2004), abogados (Vivieg, Douguerd y Barfield, 2003), médicos (Katz y Slade, 2006) psicólogos (Kinnier, Metma y Biki, 1994), políticos (Acosta, 2014), marineros (Lee, Shim y Yoo, 2014), etc.

Podemos observar una demanda de atención a la hora de estudiar obituarios desde una perspectiva sociológica, como expresión de identidad social y valores culturales (Ondimu, 2014; Herat, 2014), como memoria colectiva (Fowler, 2005) o analizando la percepción y presentación de la muerte reflejada en estos obituarios (Eid, 2002). Otros trabajos, en cambio, recurren a los obituarios como material de investigación desde una perspectiva de los estudios de género (Maybury, 1995), desde un enfoque lingüístico, analizando aspectos del lenguaje y la retórica, como las metáforas y eufemismos (Crespo Fernández, 2006, 2007; Dieltjens y Heynderickx, 2012).

También encontramos estudios desde una perspectiva de las organizaciones (*internal business communications*) con el fin de revelar rutinas profesionales y

determinar aspectos como la construcción de la agenda mediática (Ball y Jones, 2000; Long, 2007; Starck, 2008; Heynderickx y Dieltjens, 2015). Esta agenda de temas nace de la actividad de los profesionales de la información en el marco de las organizaciones en las que desempeñan su trabajo.

En términos generales, podemos resumir esta revisión bibliográfica apreciando una extensa literatura orientada al estudio del contenido, estructura y estilo de los obituarios y, en menor medida, algunos centrados en descubrir otros aspectos como el de las rutinas internas de la empresa o estudios de agenda mediática. Este último aspecto, como adelantamos en el epígrafe introductorio, será el elegido como base o marco teórico para fundamentar nuestro problema de investigación.

### 3. 2. Obituarios y agenda mediática

El gran desarrollo y expansión de los medios de comunicación como instituciones sociales constituye en nuestros días una de las cuestiones más centrales de las sociedades contemporáneas. Desde esta perspectiva, la teoría de la *agenda-setting* se encuentra en el centro de los estudios sobre la influencia mediática en el proceso de construcción de nuestra realidad social.

La teoría de la *agenda-setting* nace y se populariza con la obra *The Agenda-Setting Function of the Mass Media* (1972), de Maxwell McCombs y Donald Shaw, centrada en la campaña presidencial de Chapel Hill en Estados Unidos (1968). Desde entonces los estudios sobre agenda se han multiplicado analizando diversos temas como los derechos civiles (James y Eyal, 1981), las elecciones políticas (Santillán Buelna, 2007) o el cambio climático (Fernández-Reyes, 2015).

Para Raquel Rodríguez, una de las principales investigadoras de esta teoría en España, “la *agenda-setting* es una de las teorías actuales más representativas de los medios de comunicación. En ella se estudia cómo los medios ejercen influencia en las audiencias mediante los temas considerados de mayor relevancia. El medio no decide por el público qué es lo que éste tiene que pensar u opinar sobre un hecho, aunque sí decida cuáles son las cuestiones que van a estar en el candelero o en la opinión pública” (Rodríguez Díaz, 2004: 15).

Siguiendo a Rodríguez, la teoría *agenda-setting* contempla tres tipos de agendas interrelacionadas en el proceso comunicativo: “*agenda-setting* de los medios” o “agenda mediática” (*the media agenda*), “*agenda-setting* del público” y “*agenda-setting* política” (Rodríguez Díaz, 2004: 17). El énfasis habitual de los estudios sobre *agenda-setting* se ha orientado sobre todo a estudiar la “agenda de los asuntos públicos”, si bien, como apunta McCombs, “la exploración del papel de los medios en la transmisión de las agendas está llevando a la teoría de la *agenda-setting* a cruzar nuevas fronteras intelectuales” (McCombs, 2006: 260).

Entre los principales referentes en el estudio de agenda a través de obituarios debemos citar sin duda el trabajo de John C. Ball y Jill Jonnes. Estos dos autores norteamericanos llegarán a interesantes conclusiones acerca del éxito y la fama en Estados Unidos, gracias al análisis de 9.325 obituarios seleccionados del prestigioso *New York Times*. Ball y Jones (2000) formularán de manera clara y concisa una pregunta que pocos antes de ellos se atrevieron a enunciar: “¿Quién es quién de acuerdo con los obituarios de *The New York Times*?”.

Esta pregunta principal les llevaría de partida a responder otro tipo de cuestiones referentes al primer nivel de *agenda-setting* sobre la tarea de selección mediática. Por ejemplo, midiendo el porcentaje entre hombres y mujeres, estos autores encontrarán que entre 1993 y 2000 el porcentaje de hombres en los obituarios del periódico era del 83 por ciento (Ball y Jones, 2000: 21). De forma que, con este dato, los autores identificarían un patrón de cobertura, una rutina en la práctica periodística de este prestigioso medio tendente a la presencia de hombres sobre mujeres.

En línea con este estudio, encontramos otros trabajos con resultados similares sobre la cuestión. Así, en una reciente investigación, Nigel Starck (2008: 913) analizó los obituarios de los cuatro principales periódicos de Reino Unido con porcentajes de presencia de mujeres entre el 13 por ciento y el 39 por ciento. Antes, Fowler y Bielsa (2007: 208) observaron cómo en 100 años (1900-2000) la tasa de mujeres en los obituarios de *The Times* sólo había pasado de 11 por ciento a un 17 por ciento. De la misma forma, pero en un contexto diferente, Nagy (2014: 67) obtuvo un porcentaje de un 36 por ciento de mujeres en un análisis de obituarios húngaros entre 1961 y 2000.

Otra variable analizada tradicionalmente, dentro de este primer nivel de agenda, es la referente al ámbito social o profesión de los biografiados. En un interesante estudio, Martínez (2014: 83) concluye que el ámbito social más representado en los obituarios brasileños es el de las “profesiones liberales con título”, con un 44 por ciento del total analizado, seguido por el ámbito de los negocios con un 18 por ciento. Por su parte, a través del estudio de los principales medios británicos, Starck (2008: 915) encontraría un patrón muy marcado hacia el gremio de artistas.

Otra cuestión central es el análisis de la nacionalidad del biografiado. Fowler y Bielsa (2007: 219) comprobaron empíricamente que “aproximadamente dos tercios de los obituarios publicados en periódicos británicos están protagonizados por personajes nacionales”. La investigación también les llevaría a observar que *The New York Times* orientó el 71 por ciento de sus obituarios a norteamericanos. ¿Es, pues, el localismo el patrón que marca la pauta periodística en los obituarios?

Respecto al segundo nivel de agenda, la relativa al *framing*, esto es, a cómo el medio jerarquiza e interpreta los temas o asuntos seleccionados, encontramos interesantes trabajos que nos servirán de guía para nuestra investigación. Entre las variables típicas analizadas encontramos la del espacio dedicado. El volumen de ocupación y longitud del texto en número de palabras, la ubicación en el periódico (portada o interior, página par o impar), el tamaño del titular, así como el acompañamiento gráfico (uso de fotografías, tamaño de estas...) reflejan la jerarquización mediática o, en otras palabras, cómo el medio otorga importancia al tema seleccionado. Roberto Herrscher describía el buen arte de hacer obituarios señalando que “si el homenajeado es muy importante, famoso e influyente, el obituario llenará mucho espacio” (Herrscher, 2012: 167).

En un análisis exploratorio de los obituarios de la revista *Time* y la revista *Newsweek* entre 1923 y 1979, Michael C. Kearl comprobó que “la importancia del medio, medida por la longitud de los obituarios, está relacionada negativamente con la longitud que se les dedica a las mujeres y ancianos y positivamente con personas de raza no blanca” (Kearl, 1989: 109). Este patrón sería reforzado por otros trabajos, como el de Mushira Eid (2002: 69), en un análisis de tres periódicos de tres culturas diferentes. De manera que los trabajos de estos autores apuntan a una correlación clara entre el género y el espacio dedicado.

El análisis de la cuestión interpretativa o de cómo el medio valora los personajes de los obituarios resulta central para abordar el fenómeno del encuadre. Este análisis se presenta de especial interés si además tenemos en cuenta la creencia tanto popular, como académica, de que los obituarios son piezas periodísticas donde la valoración es, como algo inherente a ellas, fundamentalmente positiva.

Como señala Roberto Herrscher (2012: 167), “el típico obituario en casi toda la historia de los diarios españoles y latinoamericanos es un panegírico del muerto, un elogio fúnebre, como el que se pronuncia ante el féretro abierto, solo que publicado y en letras de molde. ¿Quién se atreve a hablar mal de alguien que acaba de morir?”. Incluso, resulta digno de mención que Martínez de Sousa (1992: 328) en su *Diccionario de información* señale que entre las características de los obituarios se encuentra la de “enaltecer la fama o las virtudes de un personaje que ha fallecido recientemente o cuyo aniversario se conmemora”.

Uno de las investigaciones más relevantes en este campo es la de Pierre Bourdieu, quien estudiará una serie de adjetivos relacionados con virtudes profesionales, hallando en los obituarios un medio ideal para ilustrar la naturaleza jerárquica de una profesión (Bourdieu, 1988: 218). En esta línea Macfarlane y Chan analizarán adjetivos favorables en los obituarios operacionalizando en descriptores tales como ‘popular’, ‘innovador’, ‘científico’, ‘experto’, ‘efectivo’, ‘responsable’, etc.



Así, sobre la base de un libro de códigos, estos dos autores medirán la frecuencia de aparición de estos adjetivos llegando a interesantes conclusiones. Por ejemplo, advertirán una clara división entre adjetivos relativos a atributos profesionales (tales como ‘autoridad’, ‘experto’ o ‘innovador’) y adjetivos más cercanos a características de tipo personal o virtudes (tales como ‘popular’, ‘bueno’ o ‘paciente’). Asimismo, observaron que los adjetivos de orden profesional se repetían en los obituarios con mayor frecuencia que los relacionados con los personales (Macfarlane y Chan, 2012: 6).

En consecuencia, todos estos trabajos fundamentan nuestro problema de investigación, justifican su exploración, y son sin duda una buena guía para construir nuestro diseño metodológico. A partir de esta revisión de la literatura, podemos ya plantear las preguntas, objetivos e hipótesis de nuestra investigación.

### 3. 2. 1. Preguntas de investigación

Resumimos nuestros objetivos de estudio en las siguientes preguntas de investigación:

- P1. ¿Qué entendemos por obituario y qué características presentan?
- P2. ¿Qué tipo de personas (por sexo, nacionalidad, profesión, criterio de noticiabilidad) merecen para *El País* espacio en sus páginas?
- P3. ¿Bajo qué criterios de noticiabilidad *El País* publica sus obituarios?
- P4. ¿Qué espacio concede *El País* a los obituarios?
- P5. ¿Qué espacio concede *El País* a sus personajes en función del género?
- P6. ¿Qué tipo de argumentos retóricos (*ethos*, *pathos*, *logos*) reciben?
- P7. ¿Qué tipo de argumentos retóricos reciben los personajes en función del género?
- P8. ¿Qué valoración predomina en los obituarios de *El País*?
- P9. ¿Qué tipo de valoración (positiva, negativa o neutra) reciben en función del género los personajes?

### 3. 2. 2. Objetivos

A continuación, resumimos las anteriores preguntas en los siguientes objetivos de investigación:

- **Objetivo general 1:** Explorar y describir las principales características en el año 2015 del género de los obituarios estudiando la edición en papel del diario *El País*.
- **Objetivo general 2:** Describir la agenda mediática y el encuadre de *El País* a través de un análisis de contenido de sus obituarios del año 2015 en su edición en papel.

→ **Objetivo específico 1:** Identificar qué tipo de personas son seleccionadas según sexo, profesión, nacionalidad y criterio de noticiabilidad.

→ **Objetivo específico 2:** Establecer qué tipo de valoración y argumentos retóricos reciben los personajes de los obituarios.

→ **Objetivo específico 3:** Analizar qué tipo de encuadre e interpretación por parte de *El País* reciben los personajes en función de su género.

### 3. 2. 3. Hipótesis

En consecuencia, como respuesta al problema de investigación, planteamos las siguientes hipótesis:

→ **Hipótesis 1.** Los actuales obituarios de *El País* recogen mayor presencia de hombres que de mujeres.

→ **Hipótesis 2.** En los actuales obituarios de *El País* predominan los argumentos del *ethos* relativos a la profesionalidad del fallecido.

→ **Hipótesis 3.** Los actuales obituarios de *El País* interpretan de forma eminentemente positiva a los personajes biografiados.

## 4. Metodología y análisis de datos

### 4. 1. Técnica de investigación

De acuerdo con las características y objetivos de nuestra investigación, nos basaremos en la técnica del análisis de contenido, “una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación,” según Berelson (1952: 18).

Como explica Laurence Bardin, los orígenes del análisis de contenido debemos encontrarlos en Estados Unidos en los años veinte, con los trabajos periodísticos de Harold Lasswell. Pero no será sino hasta los trabajos de Bernard Berelson, en los años cincuenta, cuando la técnica se extienda en las investigaciones de todo el mundo. Ha sido y es tal el reconocimiento científico por esta técnica que hoy podemos afirmar, en palabras de Hernández Sampieri, el hecho de que el análisis de contenido “puede aplicarse virtualmente a cualquier forma de comunicación, como programas televisivos, artículos en prensa, libros, poemas, conversaciones, pinturas, etc.” (Hernández Sampieri, 2006: 356).

Como veremos a continuación, un análisis de contenido de los obituarios nos mostrará la forma en que los medios otorgan importancia a los obituarios como estrategia de *agenda-setting*. Al mismo tiempo, estaremos observando decisiones profesionales o editoriales, en la medida en que el medio selecciona, jerarquiza e interpretan determinados personajes en detrimento de otros. En definitiva, estaremos definiendo las características de los obituarios.

## 4. 2. Universo y muestra

El análisis de contenido se lleva a cabo mediante la codificación, es decir, mediante “el proceso en virtud del cual las características relevantes del contenido de un mensaje se transforman en unidades que permiten su descripción y análisis precisos” (Hernández Sampieri, 2006: 357).

En primer lugar, para la definición del universo, debemos justificar las circunstancias de la observación o, en otras palabras, el marco espacial y temporal en que se realizará el análisis. Así, el marco físico de nuestra observación es la edición impresa del diario *El País* y el temporal el año 2015.

*El País*, fundado el 4 de mayo de 1976 por José Ortega Spottorno, desempeñará un importante papel en la Transición y será el primer periódico español en establecer normas internas de control de calidad, siendo el primero, asimismo, en publicar un libro de estilo, en la actualidad un referente deontológico para todos los profesionales y estudiantes de Periodismo. Precisamente, en su libro de estilo *El País* se define a sí mismo como “un periódico independiente, nacional, de información general, con una clara vocación global” (*El País*, 2014: 27). En la actualidad continúa poseyendo una relevante función social como fuente de opinión cualificada, contando entre sus colaboradores con varias de las mejores plumas de *El País*. Respecto a los datos de audiencia, se trata del periódico de información general más leído de España con 1,3 millones de lectores según la última oleada de 2016 del Estudio General de Medios (EGM). Así pues, *El País* reúne una serie de características que lo configuran como un ejemplo óptimo para el desarrollo de una investigación empírica como la que presentamos.

En segundo lugar, respecto al marco temporal, de acuerdo con los objetivos marcados, optamos por llevar a cabo una investigación sincrónica y estudiar el fenómeno, no a lo largo de un proceso de evolución, sino en un punto de tiempo determinado. En nuestro caso, partimos de que nuestro objetivo es observar la actual agenda mediática de *El País* y, en consecuencia, optamos por estudiar el año más reciente, que creemos suficiente de acuerdo con el alcance de nuestra investigación.

Para la selección de la muestra, llevaremos a cabo un muestreo probabilístico aleatorio simple, mediante el método de tómbola. Justificamos la elección de este tipo al considerar que toda la población cuenta con gran homogeneidad y existe un bajo riesgo de seleccionar una muestra poco representativa. De forma que todos los obituarios tendrán la misma posibilidad de ser seleccionados. Para lograr una dispersión de la muestra en el universo, el muestreo aleatorio será sin reposición, esto es, los elementos seleccionados no serán devueltos a la población.

En consecuencia, el universo o población de nuestra investigación estará formado por todos los obituarios publicados por el diario *El País* en sus 364

ediciones en papel del año 2015, es decir, un total de 268 obituarios. De este universo, hemos seleccionado mediante tómbola una muestra representativa de 65 obituarios.

### 4. 3. Unidades de análisis y categorías

De acuerdo con Laurence Bardin, podemos entender la unidad de análisis o registro como “la unidad de significación que se ha de codificar [...] el segmento de contenido que será necesario considerar como unidad de base con miras a la categorización y al recuento de frecuencias” (Bardin, 1986: 79). En nuestro caso, identificamos unidad de análisis con obituario, como unidad espacial con sentido en sí misma, singular y distinguible.

La realización de un preanálisis o pretest nos ha facilitado efectuar una primera toma de contacto con el material de análisis y, al mismo tiempo, nos ha permitido una mejor operacionalización y la elaboración de una plantilla de análisis de contenido más firme para recolectar los datos de forma válida y fiable. De manera que podemos ahora presentar una definición de las categorías y subcategorías que conformarán el instrumento de medición definitivo de nuestra investigación.

De acuerdo con los fines de nuestra investigación, con nuestro instrumento de medición analizaremos nueve categorías correspondientes a tres niveles relativos, como hemos visto, al estudio de la *agenda-setting*: selección (sexo, nacionalidad, profesión y criterios de noticiabilidad) jerarquización (espacio dedicado, fotografía y tamaño de fotografía) e interpretación (tipo de argumento retórico, valoración general del personaje).

Respecto al primer nivel de selección buscamos identificar si es hombre o mujer el personaje biografiado, de forma que podamos confirmar o no si el porcentaje de hombres es muy superior al de mujeres, como apuntan los estudios. En segundo lugar, buscamos analizar la variable de nacionalidad del personaje para describir la proporción entre españoles con respecto a extranjeros y comprobar si es cierto, como planteamos en nuestra hipótesis, que los personajes nacionales tienen mayor presencia. A su vez, analizamos, dentro de la categoría de extranjero, si el personaje es oriundo de Europa (sin incluir España), Estados Unidos, Iberoamérica, Asia u otras regiones (África, Oceanía, etc.) de forma que podamos observar qué individuos, en función de su nacionalidad, tienen más presencia en las páginas de *El País*.

En tercer lugar, siguiendo en este primer nivel, analizaremos la variable de profesión, de forma que podamos establecer qué personajes, en función de su ámbito social, tienen más prioridad de ser biografiados. Dentro de esta categoría, clasificaremos los personajes en las subcategorías de Política, Cultura,

Activismo y causas sociales, Economía y negocios, Medios de comunicación y Otros (referido a ámbitos que no superan en cualquier caso el 10 por ciento del total analizado). A su vez, dentro de la categoría de Cultura, debido a su gran dimensión, clasificaremos los personajes en las subcategorías de Música, Investigación, Bellas Artes, Teatro, Cine, Televisión y Literatura.

Por último, dentro de este primer nivel de análisis, contemplaremos los criterios de noticiabilidad que estima *El País* para seleccionar determinado personaje, en función de las categorías de Relevancia social (subcategorizando a su vez en Local e Internacional), Interés humano u Otros. Debemos apuntar que con relevancia social nos referimos a si el personaje es seleccionado especialmente por los premios y reconocimientos que ha obtenido, por haber sido exitoso en lo profesional o por gozar sus trabajos de prestigio social, bien a nivel nacional o nivel internacional.

Asimismo, la fase de preanálisis nos indicó la existencia de otro tipo de personaje cuyo criterio de noticiabilidad no se corresponde de forma precisa con la relevancia social, sino con un interés que podríamos denominar humano. Por ejemplo, cuando se da cuenta de un personaje que (más allá de que haya gozado de reconocimiento y trascendencia nacional o internacional) sus contribuciones nos han afectado a todos o nos han enseñado algo por su humanidad y valores, o han hecho de este mundo un lugar mejor, han ayudado a muchas personas, dejan un gran legado para la población... Destacándose a menudo de estos personajes aspectos íntimos de la persona, valores morales o éticos, compromiso, esfuerzo, libertad, etc.

Del mismo modo, podemos advertir la existencia de otro tipo de personajes, menos presente en los obituarios y cuyo criterio de noticiabilidad es, a todas luces, discutible. Clasificaremos, pues, en la categoría de Otros a aquellos personajes que son noticia, en apariencia, por su rareza, el morbo que transmiten o la peculiaridad o singularidad de sus actos. Personajes que son seleccionados por el medio destacándose (por encima de algún interés humano o relevancia social) especialmente el hecho de que fueron al revés del resto, que propusieron o hicieron locuras o actos fuera de lo convencional y de la norma. O simplemente que no hicieron nada, en apariencia, meritorio para ser dignos de obituarios, siendo su criterio de publicación más ligado, quizás, a cuestiones comerciales (como la presencia insalvable de buen número de esquelas ese día en la página).

Respecto al segundo nivel de análisis, vinculado como hemos visto a la teoría del encuadre, analizaremos variables relacionadas con la jerarquización y la interpretación que *El País* realiza de los personajes seleccionados. Respecto a la jerarquización, analizaremos la variable del espacio dedicado clasificando a los obituarios por su extensión física en las categorías de “Menos de un cuarto de página”, “Entre uno y dos”, “Entre dos y tres” y “Más de tres”. Por otro lado,

analizaremos la presencia o ausencia de fotografía y el tamaño de ésta (a una, dos, tres o cuatro columnas). Los resultados del análisis de estas dos variables nos mostrarán la manera en la que el medio concede importancia a los personajes seleccionados. En línea, pues, con algunos estudios que hemos revisado y que apuntan a una relación directa entre la extensión del obituario (así como la presencia y tamaño de apoyo gráfico) y el grado de significancia del personaje que el medio desea trasladar a sus lectores.

Por último, completamos nuestra ficha de análisis de contenido o instrumento de medición, analizando variables relacionadas con la interpretación que realiza *El País* de los personajes seleccionados. Dentro de esta interpretación, observaremos cuál es la valoración general del personaje, de forma que podamos comprobar si, en efecto, como apuntan la mayoría de estudios, predomina en los obituarios un lenguaje laudatorio, fundamentalmente positivo para ensalzar la figura del biografiado. Asimismo, mediante una correlación con las variables del nivel de selección, podremos observar qué tipo de personajes reciben una valoración positiva, negativa o neutra.

La última variable de nuestro análisis, siguiendo el nivel de interpretación, será la relacionada con los argumentos retóricos empleados en los obituarios. Para ello nos guiaremos de los tres modos argumentativos que Aristóteles planteó en su *Retórica: ethos, logos y pathos*. Con el *ethos*, el griego hacía referencia a la confianza inspirada por el orador cuando en su discurso es capaz de connotar unos “modos duraderos de comportamiento” o virtudes como “signos del alma” (Aristóteles, 1999: 100). De esta forma, Aristóteles entendía que el orador en la Antigua Grecia inspiraría confianza al auditorio sólo si era capaz de connotar un cuadro de virtudes. Aristóteles afirmaba que las mismas razones por las que es posible hacer un elogio son también aquellas “por las que puede comprenderse cómo es nuestro talante”, de modo que “a partir de tales razones nos será posible, a nosotros mismos y cualquier otro, presentarnos como digno de crédito de virtud” (Aristóteles, 1999: 103).

En definitiva, el *ethos* está vinculado con el discurso epidíptico, donde el orador promueve las virtudes de una persona (encomio) o ataca a una persona por sus vicios (vituperio). De forma que en nuestro estudio analizaremos dos tipos de argumentos del *ethos* presentes en los obituarios: aquellos relativos a las virtudes o defectos derivados de la profesionalidad del personaje (observando atributos como eficaz, ineficaz, exitoso, fracasado, etc.) y aquellos otros que aluden expresamente a características de la personalidad (simpático, antipático, bondadoso, infame, etc.).

Los argumentos del *logos*, en cambio, apelan a la razón y forman parte, no del género epidíptico, sino del deliberativo. En este tipo de discurso el orador no

apela a virtudes o vicios, sino que se centra en la necesidad de deliberar sobre lo deseable o indeseable, ventajoso o inconveniente o preferible de una cuestión. De forma que, para persuadir y convencer al auditorio, el orador apela aquí a la razón mediante el uso de datos, hechos y ejemplos que apoyan su idea (Aristóteles, 1999: 253). En nuestro análisis mediremos la frecuencia de este tipo de argumentos y observaremos, asimismo, qué tipo de recursos son más empleados para armar estos razonamientos. Por un lado, analizaremos el uso de testimonios, citas y declaraciones y, por otro lado, el uso de otros datos o hechos empíricos que el periodista utiliza para defender (o atacar) al personaje biografiado.

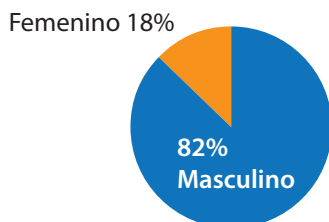
Y, por último, analizaremos argumentos relativos al *pathos*, aquellos que el orador utiliza para movilizar las pasiones del auditorio. Aristóteles fue consciente de que los humanos no somos individuos plenamente racionales, sino que estamos gobernados por emociones, estímulos e impulsos naturales. En nuestro estudio, pues, analizaremos la presencia de estos argumentos donde el periodista busca encontrar en los lectores sentimientos de muy diverso tipo: compasión, piedad, miedo, odio, amor, etc. (Aristóteles, 1999: 352). Como hemos visto, los obituarios son consideradas piezas con un fuerte carácter literario, de forma que la eficacia de argumentos del *pathos* dependerá, como ocurre con los otros dos modos retóricos, de la buena pluma del periodista en su labor de persuasión.

#### 4. 4. Resultados

Presentamos a continuación los resultados que hemos obtenido del análisis de contenido. Con el fin de exponer de forma más clara y atractiva, hemos expresado los resultados en términos porcentuales, elaborando gráficas circulares y empleando en ciertos casos, para mejor comprensión, ejemplos extraídos de la muestra.

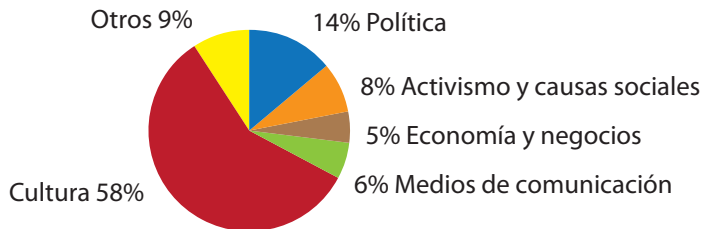
En primer lugar, dentro del nivel de selección, respecto a la variable de género, hemos obtenido una gran diferencia porcentual entre la presencia de hombres (82 por ciento) y mujeres (18 por ciento).

Imagen 1. División por género.



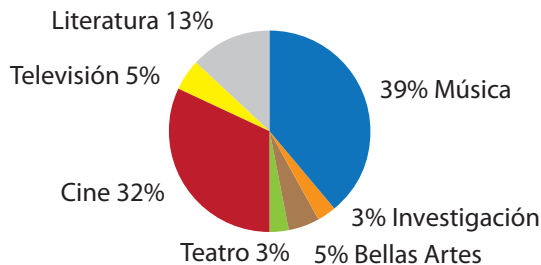
Respecto a la categoría de profesión, los resultados del análisis apuntan a una preeminencia del ámbito de la Cultura (58 por ciento) sobre el resto, con una diferencia de un 44 por ciento respecto a la categoría de Política (14 por ciento), que se encuentra en segundo lugar, seguida de la categoría de Otras profesiones (9 por ciento).

Imagen 2. División por profesión.



Dentro de la categoría de Cultura los resultados reflejan una presencia mayoritaria de músicos (39 por ciento), seguidos de cineastas (32 por ciento) y profesionales del mundo de la Literatura (13 por ciento).

Imagen 3. División de Cultura.



En cuanto a la variable de nacionalidad, observamos en los resultados una presencia muy superior de personajes extranjeros (82 por ciento) por encima de nacionales (18 por ciento). En cuanto a estos personajes internacionales, notamos una presencia de individuos provenientes sobre todo de Europa (38 por ciento), pero también de Estados Unidos (28 por ciento) seguido, en menor medida, de Asia (15 por ciento) e Iberoamérica (11 por ciento).



Imagen 4. División por nacionalidad.

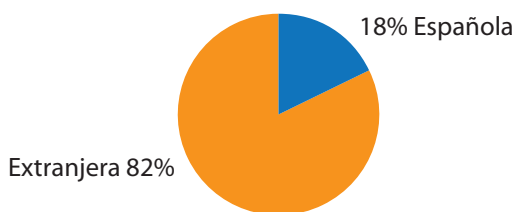


Imagen 5. División de nacionalidad por regiones.

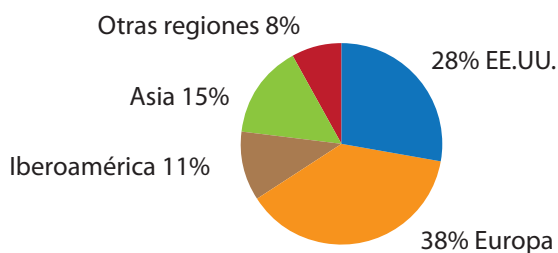
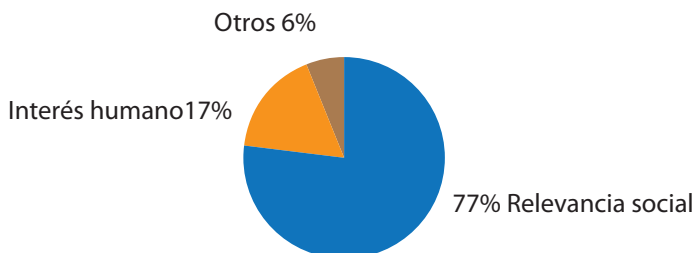


Imagen 6. División por criterios de noticiabilidad.



Cerrando el nivel de selección, el análisis de los criterios de noticiabilidad refleja que *El País* prioriza, de forma clara, la relevancia social del personaje (77 por ciento) por encima del interés humano (17 por ciento) y otros criterios. A su vez, dentro de esta relevancia social, encontramos un énfasis por parte del medio en personajes con relevancia local (62 por ciento) por encima de internacional (38 por ciento). Como ejemplo de personajes con marcada relevancia social de tipo local podemos citar a Aitor Mazo, actor español, reconocido por sus trabajos en teatro, cine y televisión dentro del ámbito español, donde desarrolló toda su carrera<sup>1</sup>.

[01] Ormazábal, M. (08/05/15): 'Aitor Mazo, un actor versátil con vocación de bufón', *El País*, 46.

Otro caso que representa bien el criterio de relevancia social, en este caso internacional, es Terry Pratchett, escritor británico de fantasía, traducido a 37 idiomas y vendidos más de 85 millones de libros por todo el mundo<sup>2</sup>.

Entre los personajes que nos hemos encontrado que representan el criterio de interés humano podemos citar la figura de Avijit Roy, una persona prácticamente anónima, un luchador que defendería hasta su último día la libertad frente a los fundamentalismos religiosos en Bangladesh. Avijit Roy finalmente sería asesinado por extremistas por escribir en su blog *Mukto Mona (Mente libre)*, un punto de encuentro para pensadores seculares y ateístas<sup>3</sup>. Por último, como exponente de la categoría de “Otros criterios” valga destacar a James Last, en cuyo obituario el periodista de *El País* se pregunta por el curioso éxito de ventas de un “meloso” intérprete cuya música hasta el propio artista definía como “cursi”<sup>4</sup>.

En cuanto al segundo nivel en el que analizamos la jerarquización, los resultados reflejan respecto al espacio dedicado que casi la mitad de los obituarios cuentan con una extensión de entre uno y dos cuartos de página (49 por ciento), seguidos por aquellos de un tamaño de entre dos y tres (34 por ciento), más de tres (14 por ciento) y, finalmente, menos de uno (tres por ciento). Asimismo, los resultados muestran un claro uso de fotografía en obituarios, con un 92 por ciento de piezas que la poseen, frente a un ocho por ciento en las que se encuentra ausente este apoyo gráfico. Por otra parte, el tamaño de la fotografía típico suele ocupar dos columnas en un 51 por ciento de los casos, seguido de aquellas imágenes que ocupan una (27 por ciento), tres (20 por ciento) y cuatro columnas (dos por ciento).

La correlación entre la variable de género con el espacio dedicado nos muestra que a un 51 por ciento del total de hombres se les dedica un espacio de entre uno y dos cuartos de página, mientras que a las mujeres el espacio típico dedicado es el comprendido entre dos y tres cuartos (50 por ciento).

Por otra parte, los resultados nos indican una igualdad entre hombres acompañados de foto (92 por ciento del total de hombres) y mujeres (92 por ciento). Por otro lado, casi todas las mujeres reciben un espacio de foto de dos columnas (45 por ciento) o tres columnas (45 por ciento) frente a los hombres cuya fotografía recibe principalmente un espacio de dos columnas (53 por ciento) y una (30 por ciento).

---

[02] Antón, J. (15/03/15): ‘Terry Pratchett, escritor británico de novela fantástica’, *El País*, 58.

[03] Rojas, A. (13/03/15): ‘Avijit Roy, defensor del pensamiento secular en Bangladesh’, *El País*, 54

[04] García, C. (17/06/15): ‘James Last, el rey de la música cursi’, *El País*, 43.

Respecto a las categorías del nivel de interpretación, debemos detenernos en los resultados que nos ha deparado el análisis sobre el uso de argumentos retóricos. En primer lugar, encontramos al *logos* como el modo persuasivo más empleado por parte de los periodistas de *El País* en un 52 por ciento de los casos observados. Entre los numerosos casos, podemos citar a Edward Herrmann, en cuyo obituario el periodista busca persuadirnos de que fue un artista muy versátil, con gran experiencia en todos los campos. Para ello, el articulista emplea, por encima de todo, razones y ejemplos, en este caso aludiendo a numerosas obras en las que participó el artista, tanto en televisión, como en cine y teatro, dándonos cuenta, además, de que por alguna de estas participaciones recibió ciertos premios y reconocimientos que confirman esta relevancia<sup>5</sup>.

En segundo lugar, los resultados indican que los argumentos del *ethos* fueron preeminentes en un 36 por ciento de la muestra analizada. Dentro de esta variable, encontramos una mayor presencia de argumentos relativos a la profesionalidad (78 por ciento) sobre la personalidad (22 por ciento). Como ejemplo de personaje donde predominan argumentos del *ethos* sobre la profesionalidad podemos citar a Ken Taylor, diplomático que hizo posible la fuga de los rehenes americanos de la Embajada de Teherán en 1979. En su obituario el periodista destaca sobre todo sus virtudes de diplomático y embajador, al negociar y persuadir al gobierno de Canadá de conseguir unos visados falsos y unos billetes de avión para poder escapar: “Su proeza le valió la medalla de oro del Congreso”<sup>6</sup>.

En tercer lugar, los resultados del análisis nos dan cuenta de la preeminencia en un 12 por ciento de los casos observados de argumentos relativos al *pathos*. El caso, por ejemplo, de Ana María Vidal Abarca, en cuyo obituario se defiende el alto interés humano de esta luchadora mediante el uso de argumentos que buscan aflorar las emociones en los lectores. Así, podemos leer descripciones como el desgarrador episodio del asesinato de su marido: “Le disparó nueve balas del calibre nueve milímetros Parabellum. Velasco acababa de dejar en la puerta del colegio de Vitoria a dos de sus hijas, de 16 y 12 años, que vieron morir a su padre”<sup>7</sup>.

La correlación entre género y argumentos retóricos nos indica que en los obituarios de mujeres aparecen con mayor preeminencia argumentos relativos al *ethos* (un 58 por ciento de las mujeres) frente a los hombres (30 por ciento de los hombres). Las mujeres también reciben más argumentos del *pathos* (17 por ciento) que los hombres (12 por ciento), si bien los hombres reciben de forma clara más argumentos que apelan a la razón (58 por ciento) frente a las mujeres (25 por ciento).

[05] Belinchón, G. (05/01/15): ‘Edward Herrmann, el actor tres veces presidente’, *El País*, 32.

[06] Faus, J. (20/10/15): ‘Ken Taylor, el embajador que hizo posible la fuga de Argo’, *El País*, 43.

[07] Ormazabal, M. (17/06/15): ‘Ana María Vidal Abarca, una vida dedicada a las víctimas’, *El País*, 43.

Imagen 7. División por argumentos retóricos.

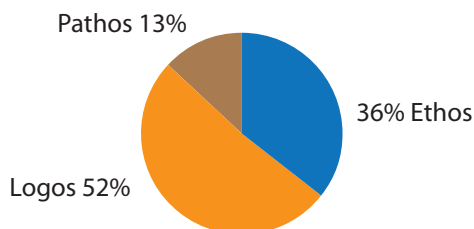
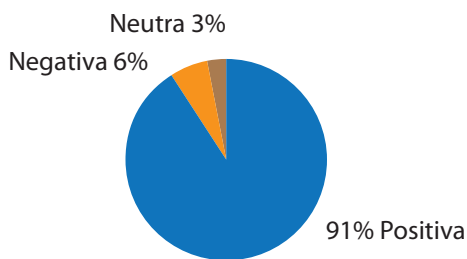


Imagen 8. Valoración general del personaje.



Por último, cerrando el nivel de interpretación, los resultados del análisis de la categoría de “valoración general del personaje” nos indican de forma rotunda que en un 91 por ciento de los obituarios se ofrece una opinión favorable del personaje, frente a un seis por ciento en los que la valoración es negativa y un tres por ciento en los que es neutra.

Cabe indicar que la correlación entre el género y valoración general arroja unos resultados que indican que el ocho por ciento de las mujeres son interpretadas por *El País* de forma negativa frente a un cinco por ciento de los hombres. En cuanto a la valoración neutra, las mujeres reciben un ocho por ciento frente a un dos por ciento de los hombres.

## 5. Conclusiones

A lo largo de la presente investigación hemos tratado de responder a una serie de preguntas, alcanzar unos objetivos y comprobar unas hipótesis, tras la formulación de un problema de investigación. Así, en la introducción planteamos la necesidad de llevar a cabo un estudio sobre los obituarios, como material de investigación, a cuenta del escaso interés, al menos en apariencia, por parte de los académicos españoles.

Gracias a la observación detenida y minuciosa de los obituarios de *El País* publicados durante 2015 podemos señalar las principales conclusiones de la investigación. En primer lugar, llegamos a la conclusión de que, en línea con autores como Gary Long, los obituarios tienden a la brevedad con una extensión entre uno y dos cuartos de página (entre 400 y 600 palabras). Por otra parte, los obituarios en la prensa española, en el caso de *El País*, son textos opinativos en los que se hace énfasis en argumentos persuasivos que apelan a la razón (*logos*). De forma que, contra nuestra hipótesis –en la que afirmábamos un énfasis superior de argumentos relativos al *ethos*–, concluimos que la retórica de los obituarios se orienta a la lógica y a la racionalidad, mediante el uso de ejemplos y evidencias sólidas, por encima de buscar una conexión ética (*ethos*) o emocional (*pathos*) con los lectores.

Siguiendo a la gran mayoría de autores que hemos visto, entre ellos Roberto Herrscher y Martínez de Sousa, confirmamos la hipótesis de que los obituarios se caracterizan por ser textos donde prima una valoración positiva (en un 91 por ciento de los casos observados), marcada por un lenguaje laudatorio hacia el personaje. Resulta interesante, asimismo, observar que tipos de personajes promociona *El País* en sus páginas. A este respecto, confirmamos, en primer lugar, la hipótesis de que los hombres cuentan con mayor presencia que las mujeres en unos niveles porcentuales (18 por ciento frente a 82 por ciento) muy similares a los expuestos por otros autores que hemos visto (Ball y Jones, 2000: 21; Bridget y Fowler, 2007: 207). No obstante, contra lo expuesto por académicos como Mushira Eid (2002: 69), los resultados de la correlación entre género y espacio dedicado no expresaron un sesgo del medio hacia la importancia de los hombres, sino al contrario. Tanto el espacio dedicado, como el tamaño de fotografía, son en *El País* elementos que favorecen a la mujer sobre el hombre.

Por otro lado, llegamos a la conclusión de que este medio se inclina por seleccionar a personajes del mundo profesional de la Cultura (y especialmente músicos) por encima del resto, lo que nos indica de forma clara la relevancia que para *El País* merece este ámbito social en su esquema de valores. Cabe recordar que otros estudios, como el de Starck (2008: 913) sobre los periódicos británicos, coinciden en señalar la preeminencia de esta variable. De forma que podríamos preguntarnos, por tanto: ¿Son los personajes de la Cultura los héroes de nuestra sociedad, aquellos que merecen, sobre otros, un último homenaje y revalorización?

A diferencia de lo expuesto por Bridget Fowler sobre la nacionalidad de los personajes obituarizados, concluimos que en el caso de *El País* gozan de mayor presencia personajes extranjeros por encima de nacionales, y en especial europeos, hecho que podría indicar la vocación europeísta y de cobertura

internacional tradicionalmente declarada por el diario. Por último, como característica de los obituarios, podemos concluir que la gran mayoría nace, no a partir del interés humano que puedan suponer los personajes, sino por encima de todo, a partir de su relevancia o trascendencia social, especialmente para su país o región de origen.

Podemos resumir, tras todo lo visto, que el arquetipo o modelo ideal de obituario en la prensa española, representada en el caso de *El País*, es aquel protagonizado por un varón, músico profesional, europeo, con relevancia social local, con un espacio dedicado de entre uno y dos cuartos de página, apoyado con fotografía a tamaño dos columnas, con énfasis en argumentos relativos a la lógica y razón (*logos*) y con una valoración positiva. Así, no cabría imaginar un obituario más representativo que el de Pino Daniele, cantautor italiano fallecido en enero de 2015, cuyo texto reúne todas las características mencionadas<sup>8</sup>.

## 6. Referencias bibliográficas

- AIMC (2016): Datos Estudio General de Medios (EGM). Resumen general. España: oleada octubre 2015-mayo 2016. Madrid, Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación.
- ALALI, A. O. (1994): 'The Disposition of Aids Imagery in New York Times' Obituaries', en *OMEGA-Journal of Death and Dying*, 29(4), 273-289.
- ARISTÓTELES (1999): *Retórica*. Madrid: Gredos.
- BARDIN, L. (1986): *Análisis de contenido*. Madrid: Akal.
- BALL, J. C. y JONNES, J. (2000): *Fame at last: Who was who according to the New York Times obituaries*. Andrews McMeel Pub.
- BERELSON, B. (1952): *Content analysis in communication research*. Nueva York: Hafner.
- CAMERON, P. y CAMERON, K. (2005): 'Gay obituaries closely track officially reported deaths from AIDS', en *Psychological reports*, 96(3), 693-697.
- CRESPO FERNÁNDEZ, E. (2006): 'The language of death: Euphemism and conceptual metaphorization in Victorian obituaries', en *SKY Journal of Linguistics*, 19, 101-130.
- CRESPO FERNÁNDEZ, E. (2007): 'Linguistic devices coping with death in Victorian obituaries', en *Revista alicantina de estudios ingleses*, 20, 7-21.
- DILEVKO, J. y GOTTLIEB, L. (2004): 'The portrayal of librarians in obituaries at the end of the twentieth century', en *The Library*, 74(2).
- EID, M. (2002): *The World of Obituaries: Gender across Cultures and over Time*. Detroit: Wayne State University Press.
- *El País* (2014): Libro de estilo. Madrid: Aguilar.

---

[08] Gámez, C. (06/01/15): 'Pino Daniele, entre Elvis y la música napolitana', *El País*, 39.

- FERNÁNDEZ-REYES, R. (2015). 'La cobertura periodística del cambio climático y del calentamiento global en *El País*, *El Mundo* y *La Vanguardia*', en *Revista Latina de comunicación social*, 70, 122-140.
- FOWLER, B. y BIELSA, E. (2007): 'The lives we choose to remember: a quantitative analysis of newspaper obituaries', en *The Sociological Review*, 55(2), 203-226.
- FOWLER, B. y BIELSA, E. (2007) *The obituary as collective memory*. Nueva York: Routledge.
- HERAT, M. (2014): 'Avoiding the reaper: Notions of death in Sri Lankan obituaries', en *International Journal of Language Studies*, 8(3), 117-144.
- HERNÁNDEZ SAMPIERI, R.; COLLADO, C. y LUCIO, P. (1996): *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.
- HERRSCHER, R. (2012): *Periodismo narrativo: cómo contar la realidad con las armas de la literatura*. Barcelona: Universitat Barcelona.
- HEYNDERICKX, P. C. y DIJLTIJENS, S. M. (2016): 'An analysis of obituaries in staff magazines', en *Death studies*, 40(1), 11-21.
- IYENGAR, S. y KINDER, D. R. (2010): *News that matters: Television and American opinion*. Chicago: University of Chicago Press.
- KATZ, J. D. y SLADE, M. D. (2006): 'Anesthesiologists are living longer: mortality experience 1992 to 2001', en *Journal of clinical anaesthesia*, 18(6), 405-408.
- KATZ, E. y LAZARSFELD, P. F. (1966): *Personal Influence. The part played by people in the flow of mass communications*. Nueva Jersey: Transaction Publishers.
- KEARL, M. C. (1989): *Endings: A sociology of death and dying*. Oxford: Oxford University Press on Demand.
- KINNIER, R. T.; METHA, A. T.; BUKI, L. P. y RAWA, P. M. (1994): 'Manifest values of eminent psychologists: A content analysis of their obituaries', en *Current Psychology*, 13(1), 88-94.
- LEE, W. S.; SHIM, J. C. y YOO, J. W. (2014): 'Reflecting absence: Representing the extraordinary deaths of ordinary sailors in the media', en *Journal of Loss and Trauma*, 19(5), 416-425.
- LONG, G. L. (1987). 'Organizations and identity: obituaries 1856-1972', en *Social forces*, 65(4), 964-1.001.
- LÓPEZ HIDALGO, A. (1999): 'La necrológica como género periodístico', en *Revista Latina de comunicación social*, (15), 2.
- MACFARLANE, B. y CHAN, R. Y. (2014): 'The last judgement: exploring intellectual leadership in higher education through academic obituaries', en *Studies in Higher Education*, 39(2), 294-306.
- MARTINEZ, M. (2014): 'A lifetime in 20 lines: representation of death in the Brazilian FPS newspaper', en *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 37(2), 71-90.

- MARTÍNEZ DE SOUSA, J. (1992): *Diccionario de información, comunicación y periodismo*. Madrid: Editorial Paraninfo.
- MAYBURY, K. K. (1996): 'Invisible lives: women, men and obituaries', en *OMEGA-Journal of Death and Dying*, 32(1), 27-37.
- McCOMBS, M. E. y SHAW, D. L. (1972): 'The agenda-setting function of mass media', en *Public opinion quarterly*, 36(2), 176-187.
- McCOMBS, M. E. y SHAW, D. L. (1977): 'The emergence of American political issues: The agenda-setting function of the press'. Sant Paul: West Group.
- McCOMBS, M. E. (2006): *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona: Paidós Comunicación 170.
- MONTERO, M. y ACOSTA, Y. (2014): 'La despedida del Comandante Supremo: análisis de los obituarios de Chávez', en *Comunicación: Estudios venezolanos de la comunicación*. Caracas: Centro Gumilla, 40, 166.
- NAGY, Z. (2014): 'Remembering lives: an analysis of hungarian obituaries (1961-2000)'. Tesis doctoral. Budapest: Central European University.
- NARDI, P. (1990): 'AIDS and obituaries: The perpetuation of stigma in the press', en FELDMAN, D. (Ed.): *Culture and AIDS*, 159-168. Nueva York: Praeger.
- ONDIMU, J. (2014): 'A socio-cultural understanding of death: A genre analysis of obituaries in a Kenyan newspaper', en *Language Matters*, 45(1), 3-22.
- PARDO GONZÁLEZ-NANDÍN, E. (2015): 'La necrológica, un género periodístico vivo: la muerte como noticia a través de los diarios *El País* y *El Mundo*'. Tesis doctoral. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- RAMONET, I. y ALBIÑANA, A. (1998): *La tiranía de la comunicación*. Madrid: Debate.
- RÍOS PÉREZ, R. (2005): 'Un acercamiento a la necrología en el periodismo', en GÓMEZ Y MÉNDEZ, J. M. (Ed. lit.): *Entre la formación y la comunicación*, 244-249. Huelva: Asociación Cultural Est Libri.
- RODRÍGUEZ DÍAZ, R. (2004): *Teoría de la Agenda-Setting: aplicación a la enseñanza universitaria*. Observatorio Europeo de Tendencias Sociales.
- ROSENDO KLECKER, B. (2010): *El perfil periodístico: claves para caracterizar personas en prensa*. Madrid: Tecnos.
- SANTILLÁN BUELNA, J. R. (2007): 'Teatralización política y periodística. Análisis periodístico de la elección interna del PRI para elegir su candidato a la gubernatura mexicana', en *Andamios*, 4(7), 227-247.
- STARCK, N. (2006): *Life after death: The art of the obituary*. Melbourne: Melbourne Univ. Publishing.
- STARCK, N. (2008): 'Death can make a difference: A comparative study of 'quality quartet' obituary practice', en *Journalism Studies*, 9(6), 911-924.
- TRAPIELLO, A. (1996): 'Vidas', en *El País*, de 26 de agosto de 1996, p. 9.



→ VILAMOR, J. R. (2009): *Cómo sobrevivir a la muerte. Obituario o necrológica, un género periodístico con futuro*. Madrid: Universitas.

→ YANES MESA, R. (2004): 'El artículo, un género entre la opinión y la actualidad', en *Revista Latina de comunicación social*, (58), 13-16.

## **7. ANEXOS**

### **7. 1. Ficha de análisis de contenido**

#### **1. Género**

1.1. Masculino; 1.2. Femenino

---

#### **2. Profesión**

2.1. Política; 2.2. Activismo y causas sociales; 2.3. Economía y negocios; 2.4. Medios de comunicación; 2.5. Cultura; 2.5.1. Música; 2.5.2. Investigación; 2.5.3. Bellas Artes; 2.5.4. Teatro; 2.5.5. Cine; 2.5.6. Televisión; 2.5.7. Literatura; 2.6 Otras profesiones

---

#### **3. Nacionalidad**

3.1. Española; 3.2. Extranjera; 3.2.1. Estados Unidos; 3.2.2. Europa; 3.2.3. Iberoamérica; 3.2.4. Asia; 3.2.5. Otras regiones

---

#### **4. Criterios de noticiabilidad**

4.1. Relevancia social; 4.1.1. Local; 4.1.2. Internacional; 4.2. Interés humano; 4.3. Otros criterios

---

#### **5. Espacio dedicado**

5.1. Menos de 1/4; 5.2. Entre 1 y 2; 5.3. Entre 2 y 3; 5.4. Más de 3

---

#### **6. Fotografía**

6.1. Sí; 6.2. No

---

#### **7. Tamaño de fotografía**

7.1 Una columna; 7.2. Dos columnas; 7.3. Tres columnas; 7.4. Cuatro columnas

---

#### **8. Modos de Aristóteles**

8.1. *Ethos*; 8.1.1. Profesionalidad; 8.1.2. Personalidad; 8.2. *Logos*; 8.2.1. Datos hechos ejemplos; 8.2.2. Uso de testimonios; 8.3. *Pathos*

---

#### **9. Valoración general del personaje**

9.1. Positiva; 9.2. Negativa; 9.3. Neutra

---

## 7.2. Índice hemerográfico

*El País*, 05/01/2015, p. 32; *El País*, 06/01/2015, p. 39; *El País*, 06/01/2015, p. 39; *El País*, 07/01/2015, p. 38; *El País*, 10/01/2015, p. 54; *El País*, 11/01/2015, p. 46; *El País*, 11/01/2015, p. 46; *El País*, 16/02/2015, p. 40; *El País*, 16/02/2015, p. 40; *El País*, 17/02/2015, p. 45; *El País*, 18/02/2015, p. 38; *El País*, 19/02/2015, p. 45; *El País*, 19/02/2015, p. 45; *El País*, 20/02/2015, p. 45; *El País*, 20/02/2015, p. 45; *El País*, 21/02/2015, p. 52; *El País*, 21/02/2015, p. 52; *El País*, 22/02/2015, p. 47; *El País*, 13/03/2015, p. 54; *El País*, 13/03/2015, p. 54; *El País*, 13/03/2015, p. 54; *El País*, 15/03/2015, p. 58; *El País*, 06/04/2015, p. 39; *El País*, 07/04/2015, p. 39; *El País*, 09/04/2015, p. 45; *El País*, 10/04/2015, p. 50; *El País*, 11/04/2015, p. 46; *El País*, 12/04/2015, p. 49; *El País*, 05/05/2015, p. 38; *El País*, 07/05/2015, p. 44; *El País*, 07/05/2015, p. 44; *El País*, 08/05/2015, p. 46; *El País*, 16/06/2015, p. 43; *El País*, 16/06/2015, p. 43; *El País*, 17/06/2015, p. 43; *El País*, 17/06/2015, p. 43; *El País*, 20/06/2015, p. 43; *El País*, 20/06/2015, p. 43; *El País*, 16/07/2015, p. 44; *El País*, 16/07/2015, p. 44; *El País*, 18/07/2015, p. 36; *El País*, 18/08/2015, p. 36; *El País*, 19/08/2015, p. 36; *El País*, 20/08/2015, p. 36; *El País*, 20/08/2015, p. 36; *El País*, 07/09/2015, p. 35; *El País*, 07/09/2015, p. 35; *El País*, 08/09/2015, p. 43; *El País*, 10/09/2015, p. 43; *El País*, 20/10/2015, p. 43; *El País*, 20/10/2015, p. 43; *El País*, 23/10/2015, p. 51; *El País*, 23/10/2015, p. 51; *El País*, 10/11/2015, p. 41; *El País*, 10/11/2015, p. 41; *El País*, 14/11/2015, p. 41; *El País*, 29/11/2015, p. 51; *El País*, 18/12/2015, p. 63; *El País*, 18/12/2015, p. 63