



## Matrimonio y familia en el relato sobre las *celebrities*. Las portadas de *¡Hola!* (2000-2004)

Recibido: 07 de febrero de 2012

Aceptado: 31 de julio de 2012

Publicado: 31 de octubre de 2012

María Teresa Mercado Sáez

mmercado@uch.ceu.es

María José Pou Amérigo

mpou@uch.edu.pe

Universidad CEU Cardenal Herrera (España)

Magdalena Torrero Muñoz

magda.torrero@uem.es

Universidad Europea de Madrid (España)

**Resumen:** España ha introducido cambios legislativos de amplio calado en relación con el matrimonio y la familia durante los últimos años. Una de las razones esgrimidas para aplicarlos ha sido la propia evolución social, una evolución que, razonablemente, debe tener su correspondiente relato periodístico. Dado que la vida privada es un contenido esencial en la llamada “prensa del corazón”, donde las relaciones de pareja, el matrimonio y la familia de las *celebrities* son noticias preferentes, este trabajo se propuso medir la presencia del matrimonio y la familia como sujetos periodísticos en este tipo de prensa. Para ello se analizó la selección de noticias y los valores asociados a estas en las portadas de la principal revista del género en España, la revista *¡Hola!* durante el periodo de modificación legal: 2000-2004.

**Palabras clave:** Análisis de prensa, familia, prensa del corazón, valores-noticia, relato periodístico.

**Abstract:** *Legal changes about family Law in Spain are important in recent past. One reason for this is the social change with a predicable storytelling in the Press. Relationships, engagements, marriages and families are an important content in gossip press, so this paper wants to measure their presence in this kind of press. That's why this study analyzes the selection of news and their values in the covers of the most important Spanish gossip magazine, ¡Hola! from 2000 to 2004, the period of legal changes.*

**Key words:** *Press Analysis, Family, Gossip Press, Newsmaking, Storytelling.*

## 1. Introducción

El estudio que aquí se presenta se enmarca en el trabajo desarrollado desde 1998 por un grupo multidisciplinar de investigadores de las Ciencias Jurídicas y de las Ciencias de la Información de la Universidad CEU-Cardenal Herrera en torno al matrimonio y la familia<sup>1</sup>.

La convergencia de intereses surge por la constatación de que el matrimonio y la familia son protagonistas de la información sobre los famosos. Dada la difusión de este tipo de prensa, en especial, desde su introducción en el temario audiovisual como producto propio (Mercado, 2008), resulta importante conocer cómo los medios de comunicación ayudan a construir el imaginario colectivo en torno a estas instituciones fundamentales en la configuración de la sociedad.

El interés se ha multiplicado por los cambios legislativos producidos en España en relación con el matrimonio y la familia, puesto que modificaron sustancialmente su naturaleza, produjeron un amplio debate social y han servido de referencia a otros países europeos.

## 2. Realidad social, prensa y regulación jurídica

La realidad (como punto de referencia en su labor) y los valores que mueven a la sociedad a la que sirven son elementos comunes para juristas y periodistas. La vida social es regulada por el Derecho y narrada por los medios de comunicación. Sin embargo, ambos desempeñan su tarea tomando como referencia una forma concreta de contemplar la realidad asentada en principios morales.

El Derecho no se limita a dar fe de lo que existe en la esfera privada, sino que regula y acompaña el desarrollo de algunos de sus aspectos esenciales. Esta regulación se ha hecho, tradicionalmente, sobre la base de unos valores morales, más aún cuando establece el marco legal del matrimonio y la familia.

El Derecho de familia no se concibe sin ese sustento moral. Así lo afirma Lacruz y otros (1989: 16) cuando sostiene que “dada la connaturalidad del hecho familiar con la especie humana, se comprende que la más íntima y radical regulación de aquel sea moral (religiosa o social): un conjunto de reglas éticas que luego el Derecho transforma en jurídicas hasta donde ello es posible y conveniente”.

Por su parte, la prensa no se conforma con reflejar la realidad sino que la interpreta y expone desde una mirada particular que se encuadra en una visión propia del bien y del mal. Esa mirada condiciona el modo en que los medios de comunicación centran su atención en

---

1 El grupo está compuesto por los doctores Juan Manuel Llopis, Magda Torrero, Remigio Beneyto, Esperanza Ferrando (Derecho), María Teresa Mercado y María José Pou Américo (Ciencias de la Información). Su perfil es también docente y fruto de la colaboración en este ámbito se han desarrollado jornadas de estudio para los alumnos de la CEU-UCH en torno al tema “El hecho jurídico en la crónica rosa”, del que se han celebrado tres ediciones consecutivas.

algunos elementos del acontecer en razón de su singularidad<sup>2</sup>.

Esta circunstancia excepcional tiene relación con el concepto de “normalidad” y se vincula a los valores que una sociedad comparte pues lo que hoy considera “anormal”, dentro de unos años puede ser percibido como algo natural. Y eso tendrá su reflejo en qué es noticia en cada momento. Por ejemplo, es noticia una sentencia en la que el juez rebaja la pena a un violador porque la mujer llevaba minifalda y lo es porque la sociedad ya no acepta la violencia sexual como algo natural y disculpable.

### 3. La vida de las *celebrities* y su interés para el análisis de los valores

La narración periodística sobre la vida de los personajes famosos reside, a menudo, sobre un factor opuesto al que sirve de base para los demás relatos que ofrecen los medios. Al hablar de las *celebrities*, el foco informativo se sitúa sobre la dimensión privada de sus vidas cuando (en las acciones desarrolladas por los protagonistas de la política, la economía, la cultura o el deporte que los medios seleccionan para su difusión) responden al interés general y tienen la dimensión pública que requiere el acontecimiento periodístico.

Así lo indica Mar de Fontcuberta (1990: 61-70), quien incluye ese aspecto entre las diferencias de esta prensa con la prensa convencional; es lo que ella denomina “el cultivo del interés humano frente al interés público de la prensa informativa” así como “el predominio absoluto de los personajes”. Junto a esos rasgos, añade:

- Una actualidad que se sitúa entre la última exclusiva y la ahistoricidad.
- Una visión peculiar de lo noticioso por influencia de la narración de la cotidianidad.
- Verosimilitud frente a veracidad.
- Periodicidad, a menudo, semanal.

Esto significa que, frecuentemente, las noticias relacionadas con las *celebrities* son aquellas que se refieren a su vida familiar puesto que es su entorno más próximo y sus acciones cotidianas las que ganan la atención del público en un momento dado.

Como prensa basada en personajes (una tendencia también presente en el resto de medios, pues el “quién” otorga categoría al “qué”) Fontcuberta afirma que la crónica rosa tiene la capacidad de crear a sus propios personajes, confiriéndoles notoriedad mediante la publicación continuada de información.

---

2 La propia definición de “acontecimiento periodístico” se asienta en el concepto de “ruptura” de la normalidad. En esa línea, Rodrigo Alsina (2005) lo define como “toda variación comunicada del sistema por la cual los sujetos de ese sistema se pueden sentir implicados”. Sin duda, el sentido de esa “variación” es demasiado amplio pero viene a incidir en la alteración del sistema. No es relevante, a efectos periodísticos, que un avión despegue y aterrice tal y como estaba previsto sino que no lo haga, por ejemplo, porque sufra un accidente. Es cierto que la excesiva previsibilidad de la agenda mediática pone en cuestión lo dicho pero también que si al hecho previsto se le une una circunstancia imprevista, aquel gana en interés.

A eso hay que añadir que la información del corazón ofrece una mirada particular sobre las *celebrities* a las que, además, convierte a menudo en modelos de conducta, ya sean virtuosos y dignos de imitación, ya sea reprobables y merecedores del escarnio público, es decir, la conocida tendencia de los medios de comunicación a crear héroes y villanos<sup>3</sup>.

En ese contexto resultará interesante analizar la construcción de los modelos de conducta pues indicarán cómo contemplan los medios la virtud y el vicio. Sabiendo qué conducta alaban y cuál censuran podremos conocer el marco moral de referencia que estos tienen y si está compuesto, entre otros, por los valores asociados a la vida matrimonial y familiar.

Por tanto, si la Comunicación Social y el Derecho vinculan su tarea a la realidad social inserta en un marco legal, la imagen que ambos proyecten de esta debe ser coincidente. De ser así, esta realidad debería poblar las páginas de prensa y, en especial, de la prensa del corazón, uno de los segmentos más característicos del mercado de revistas español<sup>4</sup>.

#### 4. El contexto legislativo español

Los cambios en el Derecho de familia en España tuvieron en el año 2005 (recién iniciada la primera legislatura del Gobierno de José Luis Rodríguez Zapatero) un momento de especial significación. En ese año fueron aprobadas las reformas del Código Civil y de la Ley de Enjuiciamiento Civil en materia de separación y divorcio, conocidas popularmente como la ley del “divorcio *express*” y la ley del “matrimonio entre homosexuales”<sup>5</sup>.

Fueron cambios justificados por el legislador en razón del ajuste que el Código Civil debía sufrir por la propia evolución social. Así, dice la exposición de motivos de la ley del “matrimonio entre homosexuales” que “la sociedad evoluciona en el modo de conformar y reconocer los diversos modelos de convivencia, y que, por ello, el legislador puede, incluso debe, actuar en consecuencia, y evitar toda quiebra entre el Derecho y los valores de la sociedad cuyas relaciones ha de regular”.

Este es un punto de convergencia muy interesante, a nuestro juicio, entre el Derecho y la Comunicación Social por cuanto ambos se interesan por ajustar su labor a los valores socialmente aceptados.

Esa sociedad a la que va destinada la ley, como luego se comentará, tiene en la libertad un eje esencial de funcionamiento. Así lo veremos al hablar de la información sobre famosos

---

3 Fontcuberta señala también la tendencia a convertir a los personajes en iconos que simbolizan un arquetipo. Por ejemplo, la “princesa rebelde” (en el caso de Estefanía de Mónaco) por no hablar de la constante referencia al cuento de hadas cumplido cada vez que una plebeya consigue adentrarse en una familia real como es el caso de Letizia Ortiz.

4 Las revistas calificadas de famosos “presentan notas definitorias y planteamientos editoriales, en cierto modo, únicos en el mundo, aunque existen títulos similares en otros países” (Cabello, 1999: 140).

5 Ley 15/2005, de 8 de julio, por la que se modifican el Código Civil y la Ley de Enjuiciamiento Civil en materia de separación y divorcio; y Ley 13/2005, de 1 de julio, por la que se modifica el Código Civil en materia de derecho a contraer matrimonio, respectivamente.

y así se halla en el preámbulo de la ley llamada “del divorcio *express*”: “la reforma que se acomete pretende que la libertad, como valor superior de nuestro ordenamiento jurídico, tenga su más adecuado reflejo en el matrimonio”.

Algunos cambios significativos que introduce dicha ley son la reducción de los plazos en el procedimiento (tres meses desde la celebración del matrimonio para presentar la demanda de divorcio) y la eliminación de las causas de separación y divorcio que antes debían alegarse para justificar la demanda, por ejemplo, la infidelidad. Este es uno de los puntos más interesantes de la ley respecto a las obligaciones de los cónyuges, puesto que se exige pero no se sanciona su incumplimiento.

La reforma de la ley supuso también la modificación del artículo 68 del Código Civil, que se refiere a las obligaciones personales y patrimoniales de los cónyuges. En el texto anterior se establecía que los cónyuges debían “vivir conjuntamente, guardarse fidelidad y socorrerse mutuamente” y con esta ley deben, además, “compartir responsabilidades domésticas y el cuidado y atención de ascendientes y descendientes y otras personas dependientes a su cargo”.

Este último asunto es el que ha centrado nuestro interés puesto que se trata de un aspecto de la regulación del matrimonio y la familia que puede tener su reflejo en la prensa del corazón. Nos referimos a los llamados “efectos de carácter personal” que recoge el Código Civil en sus artículos 66, 67 y 68. En ellos se detallan las obligaciones de los esposos que, como se ha dicho, fueron ampliadas en la ley de 2005. Son la igualdad conyugal, la convivencia, la fidelidad, el deber de ayuda y socorro mutuo, el deber de respeto y compartir responsabilidades domésticas (Llopis y otros, 2005). En este último, el más reciente, se puede observar la adaptación al contexto actual pues la ley hace referencia a la obligación de respetarse y ayudarse mutuamente; y actuar en interés de la familia, lo que implica compartir el cuidado de ascendientes, descendientes y personas dependientes de otra.

## **5. Dificultades en el estudio**

El estudio multidisciplinar de este aspecto presenta distintos problemas, algunos de los cuales tienen su origen en la dinámica social.

El más importante es la excesiva potenciación de la emotividad en los medios, sobre todo, cuando se habla de las relaciones afectivas, sean en una pareja sean entre padres e hijos o cualesquiera otras. Esa carga emotiva hace que se presente el compromiso matrimonial y la vida familiar como el resultado exclusivo del afecto y aunque este es el sustento principal, la relación no se reduce a un sentimiento, sino que tiene consecuencias incluso de carácter jurídico. Así, un padre puede querer mucho a sus hijos, pero ese cariño se traduce también en obligaciones legales cuyo incumplimiento lleva aparejado determinadas consecuencias. Consecuencias que, en ocasiones, son obviadas por la prensa.

Ese problema se enmarca en uno más amplio de simplificación que elimina los matices y provoca distorsiones a la hora de percibir qué es el matrimonio y la familia. Así, por ejemplo, se presenta la pareja de hecho como una “liberación” frente a la atadura del matrimonio puesto que se etiquetan ambas realidades y se introducen en una disyuntiva desequilibrada y falaz, ya denunciada por Perelman y Olbrechts-Tyteca (1994: 208) al afirmar que “tales clasificaciones permiten descalificar lo que no se inserta en ellas y, por esa razón, parece defectuoso”. La carga positiva de una conduce a la descarga de la otra que queda en posición de inferioridad y negatividad. Si a la unión de hecho se le asigna el apelativo de “libre”, su contraria es “no-libre”<sup>6</sup>.

Desde esta realidad se explica el principio inspirador de las reformas legales que, como se ha dicho, es la libertad. La potenciación de la libertad como único principio esencial y garante del desarrollo humano aparece a veces sobrepuesta a las obligaciones. Se reivindica la libertad de elección en el plano privado y se desvincula la libertad de la responsabilidad. De ese modo, son obviadas las obligaciones del matrimonio o de la filiación.

Todos ellos son problemas previos al tratamiento informativo, si bien impregnan este a la hora de abordar la realidad familiar y matrimonial.

Por último, hay una dificultad derivada de los modos de producción en la prensa rosa<sup>7</sup>. Nos referimos a la existencia de exclusivas que distorsionan la selección y jerarquización de acontecimientos.

Las revistas, las agencias y los programas de televisión pagan a los personajes por sus declaraciones, lo que convierte la actualidad rosa en un constante vaivén de personajes habituales, en la que abundan los montajes (falsos romances, falsas separaciones y reconciliaciones), las llamadas de los propios protagonistas a los fotógrafos, los rumores y los escándalos para conseguir una portada.

Peñafiel (1994: 178 y 181) afirma que fue la cantante Massiel la primera en vender una exclusiva, el nacimiento de su hijo (1/VI/1977) a la revista *Hola!* Su director, Antonio Sánchez Gómez, “tuvo que acceder a comprar el niño con todo el dolor de su dignidad profesional”. Según el autor, es coincidencia que “dos meses después de la compra-venta del hijo de Massiel, hubiera que negociar la primera boda que los propios novios decidían vender directamente a *Hola!*, sin la mediación de las agencias. Los protagonistas: Merry Martínez Bordiú Franco, nieta del General, y Jimmy Jiménez”.

De hecho, el acontecimiento más importante en la prensa del corazón sigue siendo “la boda”, por encima de otras noticias más relevantes, pero no vinculadas al acuerdo entre los

---

6 Casals (1998: 215) ha alertado sobre el uso periodístico de los falsos dilemas y falsas oposiciones para condicionar el ánimo del entrevistado, lo que influirá necesariamente en la percepción por parte del receptor.

7 La prensa del corazón no puede entenderse sin hacer referencia al fenómeno de las exclusivas, siempre buscadas por los medios de comunicación en aras del periodismo de investigación pero que en este tipo de prensa se convierten en rutina productiva. En la mayoría de los casos se cobran, perdiendo así todo el carácter crítico, de denuncia o novedad que puede caracterizar al clásico periodismo de investigación. Las exclusivas pagadas constituyen la diferencia más importante respecto al resto de información de actualidad.

protagonistas y la revista para la cobertura del hecho<sup>8</sup>.

## 6. Análisis de caso: la familia y el matrimonio en la revista *Hola!* (2000-2004)

Para el análisis de los valores relacionados con el matrimonio y la familia, que subyacen a la información sobre las *celebrities*, se ha escogido la revista *Hola!* Además de ser la segunda revista más leída en nuestro país<sup>9</sup>, es la única publicación española consolidada en otros países europeos (*Hello!*, en Gran Bretaña), constituyéndose en una referencia internacional en su rubro.

*Hola!* nació el 8 de septiembre de 1944 de la mano del periodista malagueño Antonio Sánchez Gómez y su esposa Mercedes Junco. Con “Semanao de amenidades” como subtítulo, pretendía practicar un periodismo “de sociedad” al servicio de las nobles familias: anuncios de bodas, bautizos, puestas de largo y fiestas de compromiso. Este tipo de información mezclada con consejos para las mujeres sobre la vida doméstica, curiosidades y entretenimiento, tuvo mucha aceptación, convirtiéndose en la creadora del género como tal en España. Según su fundador: “lo que me proponía era una publicación para distraer más que para crear complicaciones, sin peso ni densidad en su contenido, que supiera recoger y llevar a sus páginas la espuma de la vida”.

Su elenco de personajes incluye a miembros de determinados grupos sociales de elite, bien por su condición (realeza, nobles o familias relevantes), bien por su profesión (banqueros, empresarios o famosos procedentes del mundo de la cultura y el espectáculo), excluyendo a los personajes que han llegado a la fama por medios menos legítimos, por ejemplo, tras aparecer en un programa de *reality*.

El tratamiento de los personajes suele ser respetuoso, hasta llegar a comprar imágenes comprometidas para evitar su publicación<sup>10</sup>. Esta particularidad que la define es al mismo tiempo una limitación en el estudio, ya que su línea editorial huye de los escándalos de los que se nutren muchas revistas de este tipo. Ese cuidado extremo hace que queden fuera del temario asuntos que tienen impacto en la opinión pública pero que a la revista le parecen impropios.

---

8 Además de las bodas del Príncipe de Asturias y las Infantas, otras bodas han sido consideradas como “grandes acontecimientos del año”, en relación con la cobertura extraordinaria que les dieron las cadenas de televisión. Por ejemplo, en 1998, TVE emitió en exclusiva, desde las 11:00 horas, el enlace de la hija de la Duquesa de Alba, Eugenia Martínez de Irujo, con el torero Francisco Rivera Ordóñez. La ceremonia en el interior de la catedral de Sevilla consiguió un 76.8 por ciento. A las 12:41, después del intercambio de los anillos, la cuota de pantalla alcanza el 80.5 por ciento. 4 599 000 espectadores vieron salir a los novios de la iglesia.

9 Puesto que la más vendida es *Pronto*, con un promedio de difusión de 985 566 ejemplares, frente a los 544 215 de *Hola!*, según OJD (julio 2007 - junio 2008).

10 La revista pagó una cantidad indeterminada de millones de pesetas por un *topless* de Diana de Gales y no publicó la foto por considerar que las imágenes fueron tomadas “por accidente”.

El período escogido ha sido el inmediatamente anterior al cambio legislativo (2000-2004) para conocer la imagen que los medios proyectan sobre el matrimonio y la familia justo antes de producirse dichos cambios.

Los aspectos seleccionados para el análisis son el protagonismo de la familia y del matrimonio y la presencia de las obligaciones de los cónyuges. Esto implica analizar quiénes son protagonistas y qué comportamiento se espera de ellos.

De esta manera, el estudio se ha centrado en los temas de portada puesto que su selección indica lo que, cada semana, consideran los responsables que es la noticia más relevante.

En primer lugar, hemos procurado conocer si el matrimonio y la familia son protagonistas de la información y en qué medida lo son. Para ello hemos diferenciado las siguientes categorías:

- *Familia*: en relación con acontecimientos en los que esta es protagonista, esto es, celebraciones en fechas señaladas o acontecimientos significativos en la vida personal.
- *Matrimonio*: se produce una paradoja en el análisis puesto que en la categoría “Familia” se incluye a la pareja con los hijos (haya o no vínculo matrimonial) pero no ocurre así, como es lógico, en la categoría “matrimonio”. La razón es una realidad distinta, ya que es diferente el compromiso de fidelidad, la estabilidad y la permanencia. Además, en este caso es necesario abordar el análisis de la presencia de las obligaciones matrimoniales sólo en su ámbito correspondiente. En este caso se incluyen el anuncio de un futuro hijo, bodas o aniversarios, crisis y rupturas.
- *Madre o padre con hijos*: cuando aparece uno de los dos y no ambos, puesto que en ese caso se ubican en la categoría “Familia”. De ese modo, se ha distinguido la familia monoparental de aquella en la que están presentes los dos progenitores. Eso quiere decir que se distinguiría en la selección de noticias la condición sexual de los progenitores si bien es difícil hallar en la muestra ejemplos de familias con padres homosexuales porque el marco legal aún no lo permitía.

Se ha excluido del análisis la referencia a protagonistas que aparecen por razones distintas a su condición de miembros de una familia o de un matrimonio.

En segundo lugar, para determinar la presencia de las obligaciones, hemos analizado qué hecho protagonizan y cómo se presenta. En este aspecto, hemos tenido en cuenta si aparecen algunas de las señaladas en la ley, esto es:

- La igualdad entre los cónyuges.
- La convivencia.
- La fidelidad.
- El deber de ayuda y socorro mutuo.
- El deber de respeto.
- Compartir responsabilidades domésticas.

El objetivo de analizar esa presencia es comprobar si el medio considera noticiosa la referencia al cumplimiento de esas obligaciones o a su incumplimiento.

Por ejemplo, la ausencia de convivencia fue motivo de comentario periodístico porque hacía sospechar que se había producido la ruptura del matrimonio entre la infanta Elena de Borbón y Jaime de Marichalar. Asimismo, la falta de fidelidad es a menudo razón por la que los medios se preocupan de la correcta vida matrimonial de una pareja, por ejemplo, en los inicios de la relación entre Angelina Jolie y Brad Pitt o entre David y Victoria Beckham.

Los resultados son los siguientes:

**Figura 1:** ediciones de *Hola!* (año 2000).

Mes	Nº total	Asuntos	Total familia	Familia	Matrimonio	Madre / padre con hijo
Enero	4	5	2	2	-	-
Febrero	4	5	3	3	-	-
Marzo	5	6	3		1	2
Abril	4	4	1	1		
Mayo	4	5	2	-	1	1
Junio	5	6	2	-	2	-
Julio	4	5	2	-	1	1
Agosto	5	7	5	1	2	2
Septiembre	4	4	3	3	-	-
Octubre	4	4	3	2	1	-
Noviembre	5	4	3	1	1	1
Diciembre	4	5	3	1	2	-
<b>TOTAL</b>	52	60	32	14	11	7

**Fuente:** elaboración propia.

**Figura 2:** ediciones de *Hola!* (año 2001).

Mes	Nº total	Asuntos	Total familia	Familia	Matrimonio	Madre / padre con hijo
Enero	4	4	3	1	1	1
Febrero	4	4	2	2	-	-
Marzo	5	5	1	-	-	1
Abril	4	4	2	-	1	1

Mayo	5	6	4	1	2	1
Junio	4	4	2	-	-	2
Julio	4	4	2	-	2	-
Agosto	5	5	3	1	2	-
Septiembre	4	4	2	1	1	-
Octubre	4	4	2	-	2	-
Noviembre	5	5	3	1	2	-
Diciembre	4	4	1	-	1	-
<b>TOTAL</b>	52	53	27	7	14	6

**Fuente:** elaboración propia.

**Figura 3:** ediciones de *Hola!* (año 2002).

Mes	Nº total	Asuntos	Total familia	Familia	Matrimonio	Madre / padre con hijo
Enero	5	5	2	-	1	1
Febrero	4	4	2	-	2	-
Marzo	4	4	3	-	3	-
Abril	4	5	2	1	1	-
Mayo	5	6	3	1	1	1
Junio	4	5	3	-	2	1
Julio	4	4	1	1	-	-
Agosto	5	5	4	-	4	-
Septiembre	4	4	3	-	2	1
Octubre	5	5	3	1	1	1
Noviembre	4	4	1	-	1	-
Diciembre	4	4	2	-	1	1
<b>TOTAL</b>	55	58	59	4	19	6

**Fuente:** elaboración propia.

**Figura 4:** ediciones de *Hola!* (año 2003).

Mes	Nº total	Asuntos	Total familia	Familia	Matrimonio	Madre / padre con hijo
Enero	5	5	3	2	1	-
Febrero	4	5	3	-	3	-
Marzo	4	4	-	-	-	-
Abril	4	4	3	-	2	1
Mayo	5	5	4	1	1	2
Junio	4	4	1	-	1	-
Julio	5	5	2	1	1	-
Agosto	4	4	2	1	-	1
Septiembre	4	4	2	-	1	1
Octubre	5	5	3	-	2	1
Noviembre	5	5	5	-	5	-
Diciembre	4	4	2	-	1	1
<b>TOTAL</b>	53	54	30	5	18	7

**Fuente:** elaboración propia.

**Figura 5:** ediciones de *Hola!* (año 2004).

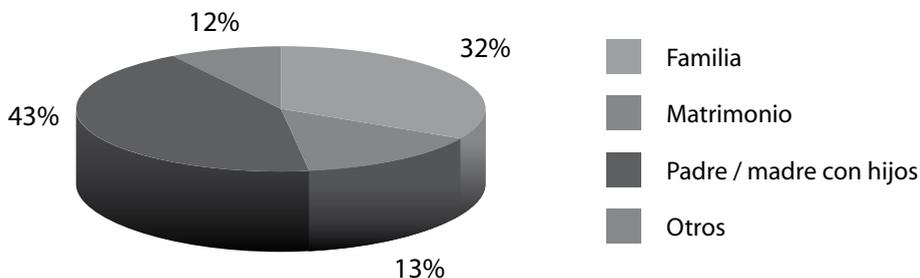
Mes	Nº total	Asuntos	Total familia	Familia	Matrimonio	Madre / padre con hijo
Enero	5	5	1	-	-	1
Febrero	4	4	2	-	2	-
Marzo	4	4	2	1	1	-
Abril	5	5	3	-	-	3
Mayo	4	4	2	-	2	-
Junio	4	4	4	1	2	1
Julio	5	6	4	-	4	-
Agosto	4	4	1	1	-	-
Septiembre	5	5	1	-	1	-
Octubre	4	4	2	2	-	-
Noviembre	4	4	3	-	2	1

Diciembre	5	5	4	-	3	1
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>54</b>	<b>29</b>	<b>5</b>	<b>17</b>	<b>7</b>

**Fuente:** elaboración propia.

El total de portadas analizadas son 265, de las cuales 147 tienen como tema principal la familia, el matrimonio o uno de los progenitores con sus hijos. Eso supone un 35% de la muestra. Desglosando los datos, el resultado es el siguiente:

**Figura 6:** protagonismo de la familia y el matrimonio en *Hola!* (2000-2004).



**Fuente:** elaboración propia.

Sobre el gráfico, conviene destacar dos datos que no aparecen reflejados en las cifras. En primer lugar, que la tercera parte de las portadas (con un matrimonio como protagonista) la componen bodas. En segundo lugar, que entre todos los casos de padres o madres con sus hijos en la portada, 32 corresponden a madres y una a un padre con sus hijos.

Respecto al cumplimiento de las obligaciones matrimoniales, se ha constatado que apenas tienen cabida en las portadas, aunque las razones pueden estar vinculadas a la ausencia de conflicto, por una parte, y a la presentación de la realidad con rasgos de ficción, por otra.

La primera explicaría que apenas aparezca la infidelidad como hecho relevante, contrario a lo que sucede en la prensa rosa en general. En la muestra analizada, las exclusivas rompen la tendencia con declaraciones de Carmen Bazán y Humberto Janeiro justificando su separación (núms. 3053 y 3054).

También explicaría que el incumplimiento sea noticioso, aunque en algunos casos su contrario sí lo es. Eso ocurre con la igualdad entre los cónyuges y el deber de respeto. No aparecen como motivo del interés informativo quizás porque los matrimonios de los que se habla se basan en ellos, si bien en los otros aspectos el cumplimiento es considerado importante posiblemente porque se produce cuando hay una alteración de la vida cotidiana. Es el caso del deber de socorro y de ayuda mutua. Es portada el apoyo de Natalia Figueroa a su marido, el cantante Raphael durante su enfermedad (núm. 3068) o de la infanta Elena y Jaime de Marichalar tras el infarto cerebral, que se menciona como “un ejemplo de entereza y superación” (núm. 3003) y que son presentados rodeados de sus familias en esas circunstancias (núm. 2995).

Lo mismo ocurre con la convivencia. En este caso aparece como signo de ruptura, ya que la revista muestra la presencia de ambos cónyuges en cualquier acto social como signo de su unión. El ejemplo es Elena de Borbón y Jaime de Marichalar (núm. 3126).

Por último, no se ha encontrado ninguna portada dedicada a cómo el matrimonio comparte las responsabilidades domésticas. Esto es así, posiblemente, porque el relato está más próximo a la ficción que a la realidad.

## 7. Conclusiones

La familia no es sujeto protagonista de la información del corazón excepto vinculada a celebraciones significativas, ya sea la Navidad (en la que siempre aparece una familia en portada), ya sean los momentos clave en la vida de las personas: nacimiento, bautizo, primera comunión, boda, nacimiento de los hijos, enfermedad y entierro. Los casos en los que aparece la familia, mayoritariamente, es porque se trata de familias reales.

Se presenta con la imagen de familia aquella unión que, aunque no se haya formalizado, ha tenido descendencia: Jesulín de Ubrique y Belén Esteban o Julio Iglesias y Miranda.

El protagonismo lo tiene la relación paterno o materno-filial, así como la relación de pareja, pero no la relación familiar si no es como acompañamiento de la pareja. La boda es objeto de interés periodístico pero no tanto el matrimonio ni mucho menos la familia.

Respecto a los valores asociados, destaca la estabilidad, si bien se presenta del mismo modo la familia, fundada en un compromiso que lleva aparejadas unas obligaciones recogidas por la ley que las demás.

Se muestra el apoyo y socorro de la familia en caso de enfermedad. La convivencia es un señuelo más que una obligación cumplida. La fidelidad genera morbo pero no se destaca como un valor.

## Fuentes consultadas

- Cabello, F. (1999). *Concentración informativa*. Barcelona: Ariel.
- Casals, M. (1998). “El argumento ‘petitio principii’: Una falacia para dogmáticos”. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, núm. 4, pp. 203-222.
- Fontcuberta, M. (1990). “El discurso de la prensa del corazón”. *Anàlisi*, núm. 13, pp. 53-72.
- Gallego, J. (1990). *Mujeres de papel. De Hola! a Vogue. La prensa femenina en la actualidad*. Barcelona: Icaria.
- Gobierno de España. Ministerio de la Presidencia.
  - \_(2005a). *LEY 15/2005, de 8 de julio, por la que se modifican el Código Civil y la Ley de Enjuiciamiento Civil en materia de separación y divorcio*. Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado. Extraída el 5/X/2012 desde <http://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2005-11864>
  - \_(2005b). *LEY 13/2005, de 1 de julio, por la que se modifica el Código Civil en materia de derecho a contraer matrimonio*. Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado. Extraída el 5/X/2012 desde <http://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2005-11364>
- *Hola!*, revista. Ediciones consultadas del período 6/I/2000 al 30/XII/2004 (núms. 2891-3152). Madrid.
- Lacruz Berdejo, J.; Sancho, F. y Rivero, F. (1989). *Elementos de Derecho civil (tomo IV); Derecho de familia* (2 vols.). Barcelona: Bosch.
- Llopis Giner, J. y otros (coord.) (2005). *Curso Básico de Derecho de Familia y Sucesiones*. Valencia: Práctica de Derecho.
- Mercado, M.
  - \_(2008, Mayo 7-9). “De la prensa rosa a la televisión espectáculo: la información del corazón como especialización periodística”. Actas del IV Congreso Internacional Prensa y Periodismo especializado, Guadalajara [en prensa].
  - \_(1999). “La información del corazón en televisión”. *Revista Latina de Comunicación Social*, núm. 21. Extraída el 6/X/2012 desde <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999dse/49va2.htm>
- Perelman, Ch. y Olbrechts-Tyteca, L. (1994). *Tratado de la argumentación. La Nueva Retórica*. Madrid: Gredos.
- Pizarroso, A. y Rivera, J. (1994). *Corazones de papel. Sensacionalismo y prensa del corazón en España*. Madrid: Planeta.
- Peñafiel, J. (1982). *Hola! y el hijo de Sánchez. La historia de una revista amable*. Madrid: Temas de Hoy.
- Rodrigo Alsina, M. (1989). *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós.