



---

**Universidad de Valladolid**

**Facultad de Filosofía y Letras**

**Grado en Periodismo**

***Rainbow Tour* de Eva Perón en España. Un  
análisis en *ABC* y *La Vanguardia Española* (1947)**

**Sofía Casasola Hernández**

**Tutora: Salomé Berrocal Gonzalo**

**Departamento de Historia Moderna, Contemporánea y de  
América y Periodismo**

**Curso: 2021-2022**



“Puedo asegurarles que haré todo lo que pueda y un poco más de lo que pueda si es que eso es posible, y haré todo lo posible e incluso lo imposible si también lo imposible es posible”

M. Rajoy (anónimo)

## ***Rainbow Tour de Eva Perón en España. Un análisis en ABC y La Vanguardia Española (1947)***

### **AUTORA**

Sofía Casasola Hernández

### **TUTORA**

Salomé Berrocal Gonzalo

### **RESUMEN**

El presente trabajo muestra un análisis de contenido del tratamiento mediático dado por la prensa española (*ABC* y *La Vanguardia Española*), al viaje realizado por la primera dama argentina en 1947. El periodo de análisis abarca los días 7 al 28 de junio de ese año. El contexto histórico se enmarca en la ayuda argentina a España frente al aislamiento internacional. La Ley Suñer de 1938 fija el modo de hacer prensa durante la posguerra en la que se enmarca el trabajo. Con el objetivo de analizar la cobertura de esos 21 días se realizó un análisis de contenido cuantitativo, con la *Agenda Setting* como base teórica. Los resultados confirman la idea de una amplia cobertura mediática de carácter positivo y propagandístico que llevó a cabo el régimen de Franco a través de la prensa.

### **PALABRAS CLAVE**

Eva Perón, Franquismo, Periodismo, *ABC*, *La Vanguardia Española*

## ***Eva Perón's Rainbow Tour in Spain. An analysis of ABC & La Vanguardia Española (1947)***

### **ABSTRACT**

The present work shows a content analysis of the media treatment given by the Spanish press (*ABC* and *La Vanguardia Española*) to the trip made by Argentine's first lady in 1947. The analysis period covers from June 7 to 28 of that year. The historical context is framed within the Argentinian aid to Spain in the face of international isolation. The Suñer Law of 1938 establishes the way of doing press during the postwar period in which the work is framed. In order to analyze the coverage of those 21 days, a quantitative content analysis was carried out, with the *Agenda Setting* as theoretical basis. The results confirm the idea of wide media coverage of positive and propagandistic nature carried out by the Franco regime through the press.

### **KEY WORDS**

Eva Perón, Francoism, Journalism, *ABC*, *La Vanguardia Española*

## ÍNDICE

<b>1. Introducción.....</b>	<b>1</b>
1.1. Justificación.....	2
1.2. Objetivos .....	3
1.3. Hipótesis .....	3
1.4. Estado de la cuestión.....	3
1.4.1. <i>Agenda Setting</i> .....	4
1.4.2. Contexto histórico. Situación de la prensa durante el franquismo .....	5
1.4.3. <i>Rainbow Tour</i> . La Argentina del primer peronismo.....	11
<b>2. Metodología .....</b>	<b>15</b>
2.1. Diseño y procedimiento.....	15
2.2. Instrumentos .....	17
<b>3. Resultados .....</b>	<b>22</b>
3.1. Espacio dedicado.....	22
3.2. Relevancia .....	24
<b>4. Conclusiones.....</b>	<b>30</b>
<b>5. Referencias bibliográficas.....</b>	<b>32</b>
<b>6. Anexo .....</b>	<b>36</b>
6.1 Anexo 1. Libro de códigos. Análisis de contenido cuantitativo.....	36
6.2. Anexo 2. Ejemplos de noticias analizadas .....	39

## 1. Introducción

En julio de 1952 fallece Eva María Duarte de Perón, primera dama y líder espiritual de la Argentina. Un mito en la historia reciente de este país que ha levantado odios y pasiones a partes iguales, y cuya muerte ha amplificado estos sentimientos (Muñoz, 2011). En julio de 2022 se cumplen 70 años de su paso a la inmortalidad. El aniversario coincide con el estreno de la primera serie biográfica sobre su vida y leyenda construida tras su muerte: *Santa Evita*, basada en la novela homónima del escritor y periodista tucumano Tomás Eloy Martínez.

La visita que realiza Eva Perón a España en 1947 contribuye a afianzar las relaciones entre los gobiernos de Franco y Perón. Las primeras conversaciones habían comenzado en octubre de 1946 con la aprobación del Acuerdo Comercial de Pagos (Gómez, 2012), aunque el destinatario original de esa invitación no era Eva, sino su marido Juan Domingo Perón.

Franco había invitado a Perón a visitar España sin pensar ni remotamente en que se haría representar por su esposa. Aislada de la escena mundial, España deseaba agradecer de ese modo al único país que le había defendido en las Naciones Unidas (...) una especie de Plan Marshall estaba en el aire. (Dujovne, 1996, p.175)

El pretexto de la visita a España es la condecoración de la Gran Cruz de la Orden de Isabel la Católica que le concede Franco a la primera dama argentina (Hoyos, 2019) y que terminaría convirtiéndose en una gira por Europa: El *Rainbow Tour* o Gira del Arcoíris.

El acercamiento creado en esa visita y los intereses político-comerciales de ambos países, culminan unos meses después con la creación en 1948 del Protocolo Franco-Perón (Gómez, 2012), el cual fue una ampliación del acuerdo de 1946 por el que ambas naciones se beneficiaban: “España necesitaba urgentemente los cereales que Argentina le vendía. Por su parte, Juan Domingo

Perón obtenía productos necesarios para industrializar su país: materias primas como cinc, plomo o mercurio, maquinaria o motores eléctricos.” (Hoyos, 2019).

Aunque el objeto de análisis de este Trabajo de Fin de Grado es la gira de Eva Perón por España en 1947, se incluye (para poner en contexto al lector) un breve marco histórico de la España de la posguerra, un apartado sobre la situación de la prensa española de la época y un acercamiento a la figura de Eva Perón.

### **1.1. Justificación**

La justificación de la elección de este tema es el interés por analizar desde la perspectiva española la naturaleza única de la cultura y política argentina, que en 1947 coincide con el primer gobierno de Perón. Por otro lado, en 2022 se cumplen 75 años del viaje de Eva Perón a España.

Al ser un análisis de la prensa española de los años 40, el tema requiere del uso de todas las herramientas obtenidas durante la carrera, pero en especial, de aquellas destinadas a la investigación y la documentación. Este trabajo es una oportunidad para poner en práctica todos los conocimientos obtenidos durante el grado, a nivel teórico y práctico, siendo un reflejo del crecimiento académico y profesional.

La transcendencia académica y relevancia social que pueda llegar a tener este trabajo no se deberá a la elección del tema, sino al enfoque dado. Las investigaciones, libros y documentales sobre Eva Perón, el peronismo y las corrientes políticas derivadas del movimiento creado por Juan Domingo Perón en la década de 1940, son muchas y con enfoques muy variados. En gran medida, las investigaciones realizadas sobre la gira de Eva Perón por España y Europa tienen un enfoque político: las causas y repercusiones del viaje y la formación de la figura de Evita.

El propósito de este trabajo es analizar el viaje de Eva Perón a España en junio de 1947, desde la perspectiva de la prensa española que, desde 1938, venía siendo férreamente controlada por el régimen de Franco (Moya, 2016). Conocer el impacto de la visita de Eva Perón en la prensa (a través del *ABC* y

Casasola Hernández, S. (2022). *Rainbow Tour* de Eva Perón en España. Un análisis en *ABC* y *La Vanguardia Española* (1947). Universidad de Valladolid.

*La Vanguardia Española*), permite conocer cuál era la visión periodística y del régimen sobre la Argentina en esa época.

## 1.2. Objetivos

Los objetivos de este trabajo son los siguientes:

- O1. Determinar la cantidad de espacio informativo dedicado a la visita de Eva Perón a España.
- O2. Establecer, en base a la paginación, la relevancia dada por *ABC* y *La Vanguardia Española* a la visita de Eva Perón a España.
- O3 Evaluar la naturaleza con que la prensa cubrió la visita de la primera dama argentina a España y determinar si existe sesgo ideológico.
- O4. Determinar cuáles fueron los temas y protagonistas en la cobertura de la prensa del *Rainbow Tour* de Eva Perón.

## 1.3. Hipótesis

En cuanto a las hipótesis, a continuación se establecen las siguientes:

- H1: Los medios de comunicación (*ABC* y *La Vanguardia Española*) hicieron una amplia cobertura de la visita de Eva Perón.
- H2: La paginación de las informaciones prioriza las noticias relativas a la visita de Eva Perón a España.
- H3: La naturaleza de la información fue de carácter positiva, muestra un sesgo afín con los intereses del régimen.
- H4: *ABC* y *La Vanguardia Española* centraron su cobertura en la figura de Eva Perón, siendo el contexto visitas culturales y actos públicos con diferentes autoridades españolas.

## 1.4. Estado de la cuestión

En este apartado se revisan dos cuestiones. Por un lado, la *Agenda Setting* cómo marco teórico en el que se encuadra el trabajo. Por otro, antes de analizar la



cobertura mediática de la visita a España de Eva Perón en 1947, se explica brevemente el contexto histórico necesario para entender las causas que le llevaron a realizar la gira por España (y Europa) y conocer cómo fue la labor de los medios: ¿cómo era la España de los años cuarenta?, ¿cuál era la relación entre Argentina y España?, ¿en qué situación se encontraba la prensa española de la posguerra?

#### **1.4.1. Agenda Setting**

Los medios de comunicación son conformadores de realidades. Si algo no sale en los medios, no existe (Muñoz, 2004).

William Isaac Thomas, uno de los padres de la escuela de Chicago, inventó el “teorema de Thomas”, fórmula más propia de la sociología, pero aplicable igualmente para introducir la teoría de la *Agenda Setting*. El teorema de Thomas enuncia que “si el hombre define situaciones como reales, ellas son reales en sus consecuencias”. Es decir, “en ciertas situaciones, lo que aparece como real –aunque no lo sea– tiene, para quien así lo juzga, efectos reales” (Muñoz, 2004). Aplicado al periodismo, los medios de comunicación al fijar la agenda mediática también están fijando la agenda pública. La selección de noticias en base a criterios periodísticos y/o empresariales, otorga más relevancia a unos hechos e invisibiliza otros (Muñoz, 2004). Respecto a la fijación de una agenda política al receptor de información, la *Agenda Setting* establece que los medios de comunicación no le dicen qué debe pensar, sino en qué.

Acuñada en 1968 por Maxwell McCombs y Donald Shaw y publicada por primera vez en 1972, la *Agenda Setting* “estudia cómo los medios ejercen influencia sobre las audiencias, a través de los temas de mayor relevancia, y cómo estos deciden cuáles son las cuestiones que van a constituir el centro de la opinión pública” (McCombs y Evatt, 1995, p.14 citado por Zúñiga et al., 2015). Zúñiga et al. (2015) concluyen, en base a las teorías de McCombs, que independientemente de la tipología de la *Agenda Setting*, esta trabaja en dos niveles: “el de objetos, o temas generales permanentes entre las prioridades temáticas por un período de tiempo más o menos estable; y los atributos, que

son los rasgos que caracterizan al objeto de forma sustantiva (temas específicos) y afectiva (a través de una valoración positiva, neutra o negativa)”.

Dentro del modelo de la *Agenda Setting* establecido por McCombs y Evatt se plantea la existencia de “cuatro tipos de estudios: el primero mide una cierta variedad de temas sobre los datos acumulados en el público; el segundo mide múltiples temas en individuos por separado; el tercero evalúa la cobertura de los medios de comunicación sobre un tema, en comparación con datos generales del público; y el cuarto estudia un tema específico en individuos por separado” (McCombs y Evatt, 1995, p.14 citado por Zúñiga et al., 2015).

Este trabajo se enmarca en el tercer tipo: la evaluación de la cobertura mediática sobre un tema concreto.

#### **1.4.2. Contexto histórico. Situación de la prensa durante el franquismo**

El 28 de abril de 1945 Mussolini es ejecutado, dos días después Hitler se suicida y las democracias occidentales son las ganadoras de unos de los más mortíferos conflictos bélicos del siglo XX. La dictadura de Franco es el último reducto fascista en Europa (Cerrano, 2007). El final de la Segunda Guerra Mundial supone el comienzo del proceso de recuperación europeo y de aislamiento internacional a España, del que no se recuperaría hasta bien entrada la década de los 50, con la entrada en la ONU en 1955 y la creación de Plan Nacional de Estabilización Económica de 1959.

El apoyo de España a las potencias del Eje hasta prácticamente el final de la guerra hizo que en junio de 1945, durante la redacción de la Carta de Naciones Unidas se vetara su ingreso en la ONU y se condenara formalmente al franquismo (Powell, 2003). La victoria de los aliados en la guerra había truncado el deseo de Franco de conseguir un lugar privilegiado para España en el nuevo orden mundial que prometían los líderes fascistas (Powell, 2003). La necesidad de adaptación llevó al régimen a realizar cambios “cosméticos” como la eliminación del saludo fascista, intensificar la imagen católica, promover la lucha anticomunista o autodenominarse una democracia orgánica, para crear una

imagen más aceptable del país en el ámbito internacional (Cerrano, 2007; Powell, 2003).

En diciembre de 1946, otra resolución de la ONU vetaba la entrada de España a cualquier organismo internacional y recomendaba a los países la retirada de sus embajadores y el cierre de fronteras (Martín, 2014). El bloqueo diplomático y económico fue limitado gracias a la oposición de la Santa Sede, Suiza, Portugal y Argentina que se opusieron a retirar sus embajadores de España (Powell, 2003).

Ante el aislamiento internacional, Argentina y España forjaron estrechas relaciones económicas, políticas y culturales entre 1946 y 1948 que se reflejaron en las visitas cruzadas que hicieron personalidades políticas de ambos países. Siendo la más destacada la gira por España de Eva María Duarte de Perón, primera dama argentina, en junio de 1947. Estas buenas relaciones entre ambos países quedaron reflejadas en el Protocolo Franco-Perón de 9 de abril de 1948, un pseudo Plan Marshall latino cuya relación se expresó por ambas partes como la natural actitud de una “hija agradecida” a su madre (Cerrano, 2007). Estas relaciones se deterioraron en 1949 con la crisis económica argentina, que se prolongaría durante tres años y provocó la suspensión de los envíos de cereal a España. Por suerte, gracias a la gesta contra el comunismo que puso en marcha Estados Unidos después de la guerra, España ya no necesitaba el apoyo de Buenos Aires, pues contaba con el respaldo yanqui (Hoyos, 2019).

El Protocolo Franco-Perón no se trataba de una simple colaboración comercial, sino de un acuerdo político a largo plazo y proyección espacial en ambos lados del Atlántico, pero debido a las diferentes metas de cada país, tuvo una formulación desigual que benefició más a España (Gómez, 2012).

La Guerra Civil dejó a España en una depresión económica que se prolongó por el aislamiento internacional y las medidas económicas de contracción del nuevo régimen que provocaron una reducción de la producción de carne y abono para las cosechas (Barnés, 2021). A la escasez se le sumó el hambre; entre 1939 y 1942 murieron 200.000 personas por causas derivadas de la hambruna que azotaba al país (Barnés, 2021). A nivel interno, el acuerdo con Argentina permitía comprar grano y otras materias primas por un precio menor

Casasola Hernández, S. (2022). *Rainbow Tour* de Eva Perón en España. Un análisis en *ABC* y *La Vanguardia Española* (1947). Universidad de Valladolid.

de su valor. A nivel externo, la alianza con Argentina suponía la legitimación de su gobierno y un puente diplomático con la comunidad internacional (Gómez, 2012).

Por su parte al General Juan Domingo Perón, que ese mismo año había ganado sus primeras elecciones, el acuerdo le servía para situar a Argentina en el escenario internacional y sustituir el papel hegemónico de Estados Unidos en el continente (Gómez, 2012).

### **Situación de la prensa**

Dos leyes fueron las que definieron la forma de (no) hacer periodismo durante la dictadura, la Ley de Prensa de 1938 y la Ley de Prensa e Imprenta de 1966 (Moya, 2016). La primera, promulgada a un año de terminada la Guerra Civil, conforma junto a la Falange (aparato de propaganda) el marco periodístico en el que trabajarán las cabeceras durante la visita de la señora de Perón en 1947.

Durante el franquismo, grupos ideológicos o las familias políticas configuraron el régimen: militares, primorriveristas, tradicionalistas, monárquicos, falangistas, católicos, integristas, tecnócratas y técnicos (de Miguel, 1975, citado por Sánchez, 1994). La Falange, brazo del bando nacional, se hizo cargo del aparato propagandístico del régimen, teniendo a su disposición la prensa del Movimiento (Moya, 2016). La Ley de Prensa de 1938, también conocida como Ley Suñer, supuso una transformación totalitaria de la prensa del movimiento y la prensa privada, que mediante consignas y censura quedó férreamente controlada (Sinova 1989, 131 citado por Moya, 2016), hasta que la Ley de Prensa e Imprenta de 1966 (o Ley Fraga) eliminó la censura. Sobre las dos leyes que marcaron la prensa durante la dictadura, Miguel Delibes escribió: “Antes te obligaban a escribir lo que no sentías, ahora se conforman con prohibirte que escribas lo que sientes, algo hemos ganado” (1985).

La Ley Suñer reguló el número y extensión de las publicaciones periódicas, intervenía en la designación del personal directivo, permitía el control de quienes podían ejercer mediante el Registro Oficial de Periodistas (era obligatorio contar con un carné para ejercer la profesión desde julio del 1936), y vigilaba la actividad de la prensa (Moya, 2016). El objetivo del régimen sobre el control de los medios era triple: legitimar la propia dictadura, crear adhesión a

Casasola Hernández, S. (2022). *Rainbow Tour* de Eva Perón en España. Un análisis en *ABC* y *La Vanguardia Española* (1947). Universidad de Valladolid.

ella a través de los contenidos mediáticos controlando la opinión pública y evitar el sentido crítico (creando una conciencia colectiva).

Sobre los directores elegidos “a dedo”, Sinova (2006, p.62) los describe de la siguiente manera: “profesional al servicio del poder, sometido a estrecha vigilancia para mantenerlo alejado de las tentaciones del «libertinaje democrático»”. Esta Ley también impuso un sistema de censura previa a todo lo que se publicaba, incluido los anuncios:

Los censores leían todo, no sólo las noticias de agencia ya compuestas por las linotipias, y que habían sido en su momento censuradas, sino también los textos remitidos por la propia censura, y hasta los anuncios de la cartelera o la relación de las farmacias de guardia. (Sinova, 2006, p.135)

En su Artículo 1, la Ley de Prensa de 1938 reza lo siguiente: “corresponde al Estado la organización, vigilancia y control de la prensa periódica”. El férreo control del Estado sobre una prensa convertida en órgano de propaganda hizo de las cabeceras de la posguerra, publicaciones carentes de información real, de uniformidad monótona y aburrida. Esta uniformidad se ejemplifica en una nota que le hicieron llegar a los periódicos el 26 de junio de 1942, por el Día de la Buena Prensa:

Dado que la prensa española como corresponde a un Estado Católico, no necesita distinguirse, ni es conveniente que los periódicos se diferencien entre sí con adjetivos (sic), cuidará ese diario de no publicar, de acuerdo con los ordenado por la Delegación Nacional de Prensa, notas, referencias o informaciones relacionadas con el Día de la Buena Prensa - Jefatura Provincial de FET y de las JONS de Valladolid. (Delibes, 1985, p.7)

Bajo el franquismo la prensa sufrió un importante retroceso. Con un ámbito de difusión provincial y con tiradas muy bajas, el contexto político-económico no sirvió de incentivo para la creación de nuevas publicaciones. El número de publicaciones prácticamente no varió en 40 años: 109 en 1943, 107 en 1950 y 116 en 1970 (Sevillano, 1997). Una vez llegada la democracia, Antonio Alférez dejó plasmado el panorama mediático del primer franquismo. Los principales grupos mediáticos de los años 40 eran en su mayoría del ámbito privado: *ABC*, perteneciente a los Luca de Tena y *La Vanguardia Española*, de los Godó. Ambos periódicos tradicionales y con una larga trayectoria. De la prensa del Movimiento el mayor exponente era el diario *Ya* de Editorial Católica (Alférez, 1986, citado por Sanz, 2017).

Los periódicos de los que se han extraído las unidades de análisis son: *ABC* y *La Vanguardia Española*. Ambos, diarios históricos generalistas de larga trayectoria, pertenecientes a empresas privadas y favorables con la monarquía. El primero, editado en Madrid (con su edición sevillana) y el segundo, editado en Barcelona.

Debido a que los organismos para medir la difusión de la prensa fueron creados posteriormente<sup>1</sup>, la forma de justificar la elección de estos diarios se ha hecho en base a la investigación cruzada de datos oficiales y de la Institución San Isidoro recopilados por Francisco Sevillano. Los datos oficiales reflejados en el *Anuario de la Prensa Española* realizado por la Delegación Nacional de Prensa facilitaban la inflación de las cifras oficiales y no son verosímiles; no eran controlados por un ente externo y carecían de autonomía. Además, las propias empresas periodísticas consideraban las tiradas como “secreto comercial”, aludiendo a que el conocimiento de las cifras reales podría perjudicar las ventas (Sevillano, 1997).

Después de finalizada la guerra, los diarios se dividieron en dos grandes grupos dependiendo de su titularidad: estatales y privados. “El sesenta por ciento de ellos había nacido antes de la guerra civil y los restantes pertenecían a la prensa del Movimiento, la que denominamos prensa oficial. En resumen,

---

<sup>1</sup> La Oficina de Justificación de la Difusión (OJD) se fundó en 1964 y el Estudio General de Medios (EGM) en 1968.

Casasola Hernández, S. (2022). *Rainbow Tour* de Eva Perón en España. Un análisis en *ABC* y *La Vanguardia Española* (1947). Universidad de Valladolid.

podemos decir que la prensa diaria española vive durante muchos años en un estado de atonía y de postración descorazonadora” (Torrego, 2005, p.133).

*ABC* y *La Vanguardia Española* pertenecen al grupo de empresas privadas y fueron los diarios más vendidos hasta la muerte del caudillo. Con la aparición en los años sesenta de la OJD y el EGM, encabezarán los *rankings* de difusión, dejando a la prensa oficial como una lectura que parecía obligada (Torrego, 2005). En 1975 los periódicos más leídos fueron *La Vanguardia Española* (con 220.217 lectores) y *ABC* (con 181.437 lectores) (Sevillano, 1997). Junto con el diario *Ya* y *Pueblo*, en los años 70 se reparten hasta el 30% de toda la difusión de la prensa española (Castelló, 1973 p.21-22) (Figura 1). Esto significa que durante varias décadas, los grupos Prensa Española, la familia Godó y la Editorial Católica “monopolizaron prácticamente la información no oficial en la España franquista” (Alfárez, 1986, p.19).

**Figura 1. Evolución de la titularidad de la prensa diaria en España, 1943-1970**

	Evolución de la titularidad de la prensa diaria en España, 1943-1970			
	Propiedad Privada		Propiedad Estatal <sup>1</sup>	
	Diarios	%	Diarios	%
1943	66	60,5	43	39,4
1970	73	62,9	43	37,1

**Se han sumado los diarios de la *Cadena de Prensa del Movimiento* más aquellos otros de titularidad estatal.**

Fuente: *La estructura de la prensa diaria en España durante el franquismo*, 1997, F. Sevillano Calero, p.317

*La Vanguardia Española* (1881) denominada “española” desde 1939 hasta 1978, en un intento de evitar regionalismo, contaba con una línea editorial tradicionalmente catalanista moderada y burguesa. Al terminar la guerra y con la imposición de su nuevo director Luis Martínez de Galinsoga, que previamente había dirigido *ABC* de Sevilla, se trató de castellanizar la publicación (Torrego, 2005). Franquista convencido, bajo su dirección se eliminó cualquier rasgo de identidad catalana. Aunque puso la línea editorial al servicio de la propaganda y

Casasola Hernández, S. (2022). *Rainbow Tour* de Eva Perón en España. Un análisis en *ABC* y *La Vanguardia Española* (1947). Universidad de Valladolid.

la adulación del régimen, el periódico continuó siendo uno de los más leídos gracias a sus innovaciones en el plano empresarial (Moya, 2016).

Todos los españoles debemos hacer estas tres cosas: pensar como Franco, sentir como Franco y hablar como Franco que hablando, naturalmente, en el idioma nacional ha impuesto su victoria. (*La Vanguardia Española*, 8 de junio de 1939, p.1)

*ABC*, el periódico de la familia Luca de Tena, al igual que *La Vanguardia Española* sufrió las restricciones propias de la dictadura como la censura previa o el secuestro de publicaciones. Aunque durante la guerra la edición madrileña pasó a ser gestionada por la Unión Republicana, *ABC* fue desde sus inicios una publicación de clara línea editorial conservadora y monárquica, por ello la llegada de Franco suponía una recuperación de su antigua redacción. Pero la entrega del control de la prensa a la Falange dio a entender que no estaba entre los planes de Franco restaurar la corona, y la libertad de prensa tuvo que esperar dado que el partido único no tenía en buena estima al periódico de Luca de Tena, al que calificaba de “peste borbónica” (de David, 2016). Ramón Pastor, director del *ABC* (1946-1952) durante la visita de Eva Perón, sustituyó a José Losada de la Torre, impuesto por Suñer, pero cuyo servilismo al régimen no fue suficiente (Sinova, 2006).

#### **1.4.3. *Rainbow Tour*. La Argentina del primer peronismo**

La denominación *Rainbow Tour* (Gira Arcoíris) surgió a raíz de una frase que pronunció Eva Perón en España: “Se ha dicho que hemos venido a formar un ‘eje’ (referencia al eje Alemania-Italia-Japón de la Segunda Guerra Mundial) Buenos Aires – Madrid. Mujeres españolas, no he venido a formar ejes, sino a tender un arcoíris de paz con todos los pueblos” (Perón, 1985, citado en Rodríguez, 2021). Ese arcoíris quedó reflejado en la prensa (Figura 2). Un ejemplo es la portada de la revista *Time*, que puso a la primera dama argentina en portada el 14 de julio de 1947 bajo la leyenda “*Between two worlds, an Argentine rainbow*” (Entre dos mundos, un arcoíris argentino) (HCDN, 2022).





Casasola Hernández, S. (2022). *Rainbow Tour* de Eva Perón en España. Un análisis en *ABC* y *La Vanguardia Española* (1947). Universidad de Valladolid.

dos, configurando la denominada “grieta” y que en la actualidad se emplea para hablar de kirchneristas y anti-kirchneristas. Sus líderes recurren a la imagen clásica del justicialismo en momentos en que el movimiento está de capa caída y/o en periodo electoral, con el mantra “vamos a volver” y canticos como “Los muchachos peronistas”, “Evita capitana” o “La descamisada”.

El peronismo clásico corresponde con los dos primeros gobiernos del general Perón (1946-1955) y coincide con su segundo matrimonio con la actriz Eva María Duarte. Popularmente conocida como Evita, murió poco después de la reelección de Perón en 1952, a la edad de 33 años víctima de un cáncer uterino.

Aunque la primera dama argentina no formó parte del equipo de gobierno, sus obras realizadas desde la Fundación Eva Perón (previamente llamada Sociedad de Damas de Beneficencia) y su activo rol en la política nacional entre 1947 y 1952, la llevó a involucrarse en la lucha por el voto femenino y la justicia social. En la actualidad, aún es considerada una figura de gran relevancia cultural, social y política.

Fue durante el *Rainbow Tour* o Gira del Arcoíris que se cristalizó su personaje político. El régimen y la prensa española se encargaron de promocionar (Figura 3) un viaje que tuvo alcance internacional dado también por el itinerario europeo que le siguió a su gira por España (Sepúlveda, 2021).

**Figura 3. Nube de las palabras más repetidas en el discurso de Eva Perón al recibir la Gran Cruz de Isabel la Católica.**



Fuente: Elaboración propia con información de *La Vanguardia Española*, 10 de junio de 1947, p. 5.

Entre 1862 y 1930 Argentina vivió un periodo de relativa estabilidad constitucional que comenzó con la organización nacional del país (1862-1880) y terminó con el golpe de estado que disolvió los primeros gobiernos radicales, iniciando así la década infame. Si hay una característica común que defina la vida política internacional del siglo XX, desde luego no es la calma. Durante este siglo los argentinos sufrieron 6 golpes de estado: 1930, 1943, 1955, 1962, 1966 y 1976. Fue gracias al golpe de 1943 que la figura que Juan Perón obtuvo relevancia, primero como secretario de Trabajo y Previsión, ganándose la admiración de la clase obrera -en este periodo tiene lugar el terremoto de San Juan donde conoce a Eva Duarte- y poco después como ministro de guerra.

Fue la polarización que creó su figura en el ámbito político nacional, la inestabilidad interna del país y la reticencia de Perón a salir en la prensa internacional con Franco lo que le llevó a enviar a su esposa en su lugar (Gómez, 2012).

En la historiografía este viaje ha quedado reflejado como un punto clave de la carrera política de Eva Perón, y como estrategia diplomática propagandística de ambos países para construir y promover la idea de Hispanidad y comunión Hispanoamericana (Sepúlveda, 2021). La presencia de Eva quedó plasmada en la prensa desde una retórica femenina y maternalista (Sepúlveda, 2021):

«Por el lado argentino, se recurrió a una imagen poética: Evita iría a Europa para “tender un arcoíris de belleza” entre los dos continentes»

(Dujovne, 1996, p.177)

## 2. Metodología

Como ya se ha mencionado, este trabajo analiza el tratamiento mediático dado por la prensa española a la gira por España de Eva Perón en 1947, también conocida como *Rainbow Tour* o Gira Arcoíris. En base a los objetivos e hipótesis marcados en la introducción, este apartado se divide en: diseño y procedimiento, e instrumentos.

### 2.1. Diseño y procedimiento

Dentro del marco teórico establecido por la *Agenda Setting*, la técnica de investigación seleccionada ha sido el análisis de contenido de las noticias publicadas en los diarios *ABC* y *La Vanguardia Española*.

Las publicaciones analizadas corresponden a los 18 días que la primera dama argentina permaneció en España, concretamente del 8 al 26 de junio de 1947. También se analizaron publicaciones del día previo a su llegada y de los dos días posteriores, para observar el alcance de su visita y confirmar así la presencia previa y posterior de noticias sobre su viaje. De los 21 días que comprenden el marco de estudio no se analizarán los tres lunes que coinciden con su visita (9, 16 y 23 de junio), ya que la prensa respetaba el descanso dominical. Por tanto, el número final de días analizados en este trabajo son 19.

El análisis de contenido es una técnica de investigación “objetiva, sistemática y cuantitativa” (Berelson, 1952) a la que Igartua atribuye la capacidad de “descubrir el ADN de los mensajes mediáticos, dado que dicho análisis permite reconstruir su arquitectura, conocer su estructura, sus componentes básicos y el funcionamiento de los mismos” (2006, p.181). Otros autores, como Gaitán Moya y Piñuel Raigada entienden esta técnica metodológica como un:

Conjunto de procedimientos interpretativos y de técnicas de refutación aplicadas a productos comunicativos (mensajes, textos o discursos) o a procesos singulares de comunicación que, previamente registrados, constituyen un documento, con el

objeto de extraer y procesar datos relevantes sobre las condiciones mismas en que se han producido o sobre las condiciones que puedan darse para su empleo posterior. (1998 citado en Cartes, 2014)

En un periódico se pueden encontrar tres grandes géneros periodísticos: informativo, interpretativo e híbrido. Debido al alto número de publicaciones relacionadas con el *Rainbow Tour* de Eva Perón en la prensa española de aquella época, se ha decidido limitar el análisis a piezas meramente informativas. Dentro del género informativo se distinguen cuatro subgéneros: las noticias, las crónicas, los reportajes informativos y las entrevistas de actualidad (Berrocal y Rodríguez, 1998, citado por Sierra y Corbi, 2013).

La plantilla de codificación junto con su libro de códigos (Anexo) creado para analizar las informaciones recogidas, ha sido confeccionado a partir del modelo de plantilla empleado en *La imagen de Castilla y León en la prensa nacional de referencia* de Salomé Berrocal Gonzalo, Eva Campos- Domínguez y Raquel Martínez Sanz. También se han tomado referencias del *Análisis del tratamiento informativo sobre la 'toma de Bangkok (2010)' en los diarios El País y El Mundo* de Javier Sierra Sánchez y Carla Corbi.

### **Muestra de análisis**

En 1947 Eva Perón realizó el llamado *Rainbow Tour* o Gira del Arcoíris por Europa. Durante 78 días visitó España, Italia, Ciudad del Vaticano, Portugal, Francia, Suiza, Brasil y Uruguay. El periodo de análisis en el que se centra este trabajo corresponde a los 18 días que pasó en España, del 8 al 26 de junio. A mayores, también se analizarán el día previo a su llegada y los dos posteriores a su marcha rumbo a Italia. Todo ello con el fin de analizar la expectación, resumen y reflexión de la visita de la primera dama argentina (Tabla 1).

**Tabla 1. Unidades de análisis por periódico**

	<i>ABC</i>	<i>La Vanguardia Española</i>
Media de páginas por día	27,7	15,7
Total páginas en el periodo de análisis	528	300
Columnas	3	5
Páginas analizadas	94	74
Unidades de análisis	240	301
Días periodo de análisis	21	
Días con publicación	19	
Total páginas en el periodo de análisis	828	
Total páginas analizadas	168	
Total unidades	541	

Fuente: Elaboración propia

Después de indicar que se analizó y en qué periódicos, el siguiente paso es indicar cómo. Las variables de análisis se han elegido de acuerdo con los objetivos. Las categorías de análisis se han seleccionado en base a investigaciones previas.

## 2.2. Instrumentos

En base a los objetivos e hipótesis descritos anteriormente, el siguiente paso consiste en delimitar el periodo de análisis. Las muestras de análisis, que suman un total de 828 páginas y 541 informaciones se han obtenido a través de las hemerotecas de libre acceso de *ABC* y *La Vanguardia*. El programa empleado para trabajar con las unidades de análisis y extraer las correspondientes conclusiones ha sido Excel. Debido al alto número de unidades de análisis existente, se ha optado por analizar únicamente aquellas publicaciones clasificadas dentro del género informativo.

Para el análisis se ha configurado una plantilla compuesta por 18 variables (Tabla 2) para analizar el tratamiento mediático del *Rainbow Tour*.

**Tabla 2. Plantilla de análisis de las unidades periodísticas**

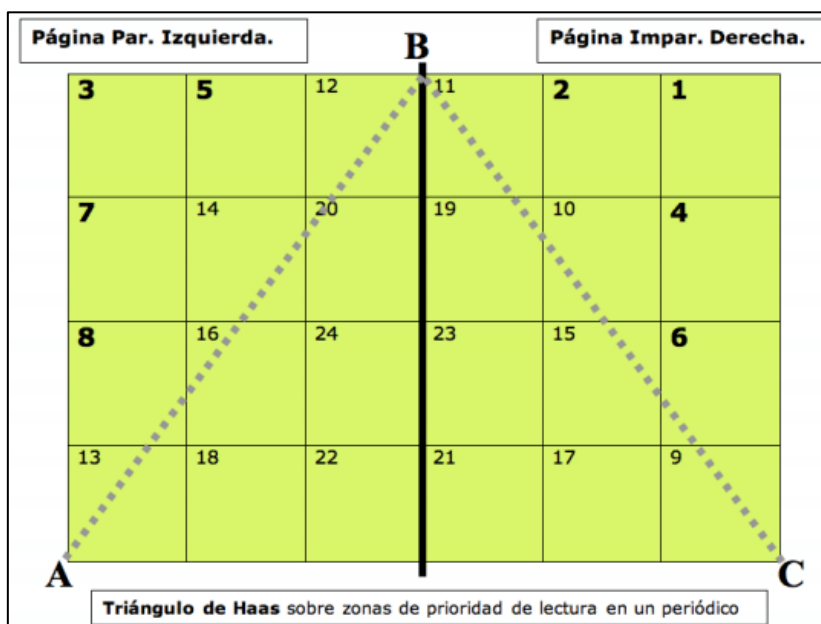
N.º unidad de análisis	0
<b>Datos generales</b>	
Nombre del diario	ABC / La Vanguardia Española
Día de publicación	xx-06-1947
<b>Aspectos formales</b>	
Ubicación I	Portada / Interior
Ubicación II	Impar / Par
Página	1-40 (ABC) 1-18 (LVE)
Espacio	página entera exterior centro interior
¿Abre sección?	Sí / No
Extensión de las columnas	1-5/sumario
<b>Contenido</b>	
Titular	Informativo/ expresivo/apelativo/temático/declarativo
Subgénero informativo	Noticia/entrevista de actualidad/crónica/reportaje informativo
Tema informativo	Relaciones Argentina/España Importación/Exportación de material primas Acto oficial/Recepción Visitas culturales/turismo Ciudad salida/llegada ciudad España salida /llegada Repercusión prensa extranjera Viaje Italia
¿Aparece Eva Perón en el titular?	Sí / No
Protagonista informativo	Eva Perón Francisco Franco Carmen Polo Juan Perón Embajador argentino (Pedro Radio) Ministro de Asuntos Exteriores español (Martín Artajo) Autoridades españolas Autoridades argentinas Otro/s No hay
Protagonista secundario	Eva Perón Francisco Franco Carmen Polo Juan Perón Embajador argentino (Pedro Radio) Ministro de Asuntos Exteriores español (Martín Artajo) Autoridades españolas Autoridades argentinas Otro/s No hay
<b>Naturaleza de la información</b>	
Título, antetítulo y subtítulo	Positivo / Negativo / Neutro
Cuerpo de la información	Positivo / Negativo / Neutro
Autor/a de la información (¿Quién firma la noticia?)	Comunicado de prensa / Agencia / Redactor / Sin firma / Otro

Fuente: Elaboración propia

Para realizar el análisis de contenido se han creado categorías comunes a todas las informaciones recopiladas para esta investigación de *ABC* y *La Vanguardia Española*. Debido a la doble portada que posee *ABC*, una externa (en la que prima la imagen) y otra interna, se ha combinado en la plantilla el análisis de las portadas con el del interior. La tabla de análisis se compone de cuatro grandes categorías: datos generales, aspectos formales, contenidos y sesgo de la información. A continuación, se explican brevemente los tipos de titulares. Variable de dista de la plantilla empleada por Berrocal, Campos y Martínez en *La imagen de Castilla y León en la prensa nacional de referencia*.

Para calcular la relevancia de las informaciones publicadas respecto al *Rainbow Tour*, se creó la categoría “Espacio” en base al Triángulo de Haas (Figura 4). Esta teoría sostiene que dependiendo de la página (par o impar) y su ubicación dentro de la misma hoja (zona superior/inferior/izquierda/derecha), el lector tiene una preferencia visual espontánea por ciertos puntos visuales que corresponden con los señalados fuera del triángulo de la imagen (Sierra y Corbi, 2019).

Figura 4. Triángulo de Haas



Fuente: *Análisis del tratamiento informativo sobre la 'toma de Bangkok (2010)' en los diarios El País y El Mundo*. Sierra y Corbi, 2019, p.6

Para aplicar este orden jerárquico a este trabajo se creó una versión simplificada del emplazamiento de las informaciones:



- Página entera: corresponde en gran medida a aquellas informaciones ubicadas en la portada o fotonoticias en el interior de los periódicos.
- Exterior: son todas las noticias situadas en las cuadrículas exteriores al triángulo de Haas.
- Centro: publicaciones que están en el límite entre exterior e interior.
- Interior: corresponde con las piezas incluidas dentro del triángulo y por tanto tienen menor relevancia visual.

Los tipos de titulares empleados en este trabajo se han obtenido del Análisis del tratamiento informativo sobre la ‘toma de Bangkok (2010)’ en los diarios *El País* y *El Mundo*, realizado por Sierra y Corbi que a su vez emplean los criterios de Núñez Ladeveze -encontrados en Análisis básico de la prensa diaria-, donde se utiliza únicamente los recorridos por los periódicos y añadiendo el “declarativo”:

1. Expresivos: evocan los hechos sin informar ni tematizar llegando a mostrar la opinión del autor.
2. Apelativo: propios de la prensa amarilla. Buscan llamar la atención del lector, pero no se dan datos suficientes para saber de qué trata la noticia.
3. Informativos: permiten identificar una acción de manera singularizada.
4. Temáticos: enunciados simplificadores, no permiten identificar la noticia ni en el contexto.

A mayores se ha incluido un quinto titular, siguiendo también los criterios de Ladevéze (1991, citado en Zorrilla, 1996).

5. Declarativo: empleado para identificar aquellos titulares que cuentan con una cita textual, una cita indirecta, contenido mixto, o que se refieren al contenido realizativo de lo que dice uno de los protagonistas de la información.

Para la variable de subgéneros informativos los tipos de textos periodísticos que se han analizado son: la noticia, las crónicas, los reportajes informativos y las entrevistas de actualidad, según la clasificación que hacen Berrocal y Rodríguez (1998, citado en Sierra y Corbi, 2019). A esta clasificación se ha añadido la fotonoticia y transcripciones de textos extraídos de las fuentes

Casasola Hernández, S. (2022). *Rainbow Tour* de Eva Perón en España. Un análisis en *ABC* y *La Vanguardia Española* (1947). Universidad de Valladolid.

que no han sido editados (comunicado de prensa, discursos, telegramas o notas oficiales) y que han sido agrupados en la variable “otros”.

### 3. Resultados

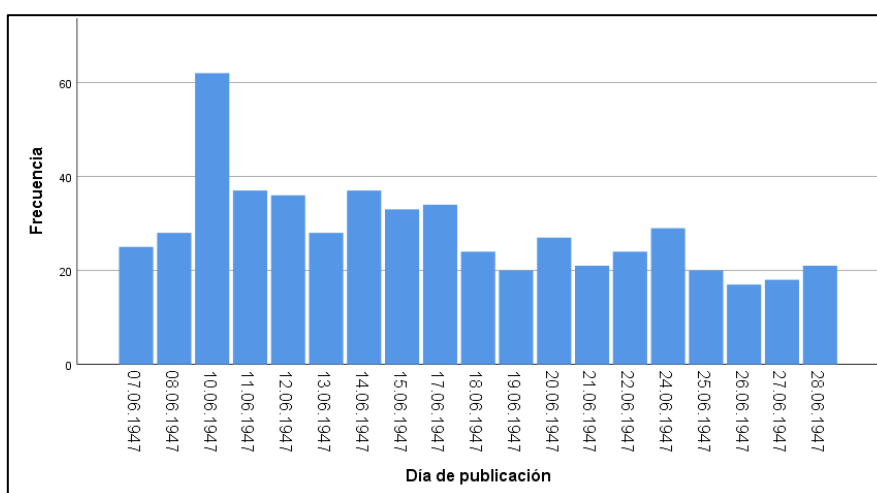
En este apartado se han incluido los resultados obtenidos tras realizar un análisis de contenido (Anexo 2) de los diarios *ABC* y *La Vanguardia Española* durante el mes de junio de 1947. La metodología, explicada previamente, se apoya en la teoría de la *Agenda Setting* desarrollada en la introducción. A continuación, se muestran los resultados más relevantes.

#### 3.1. Espacio dedicado

Respondiendo al primer objetivo planteado en este trabajo “determinar la cantidad de espacio informativo dedicado a la visita de Eva Perón a España”, el resultado confirma la hipótesis de una “amplia cobertura del *Rainbow Tour* de Eva Perón”.

Entre ambos diarios hubo una media de 28'5 noticias diarias dedicadas a la visita de la primera dama argentina (Gráfico 1). De los 19 días analizados, el porcentaje de informaciones dedicadas al *Rainbow Tour* en *La Vanguardia Española* es del 37,60%, mientras que en el *ABC* es 24,75% (Gráfico 2). Es decir, que prácticamente 1 de cada 3 noticias publicadas en los periódicos estaba relacionada con el viaje. Teniendo en cuenta el gran espacio destinado a publicidad se puede afirmar que la prensa hizo una amplia cobertura al evento, siendo el evento más promocionado en la prensa.

Gráfico 1. Frecuencia de publicación



Fuente: elaboración propia

**Gráfico 2. Frecuencia y porcentaje de publicación**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	07.06.1947	25	4,6	4,6	4,6
	08.06.1947	28	5,2	5,2	9,8
	10.06.1947	62	11,5	11,5	21,3
	11.06.1947	37	6,8	6,8	28,1
	12.06.1947	36	6,7	6,7	34,8
	13.06.1947	28	5,2	5,2	39,9
	14.06.1947	37	6,8	6,8	46,8
	15.06.1947	33	6,1	6,1	52,9
	17.06.1947	34	6,3	6,3	59,1
	18.06.1947	24	4,4	4,4	63,6
	19.06.1947	20	3,7	3,7	67,3
	20.06.1947	27	5,0	5,0	72,3
	21.06.1947	21	3,9	3,9	76,2
	22.06.1947	24	4,4	4,4	80,6
	24.06.1947	29	5,4	5,4	86,0
	25.06.1947	20	3,7	3,7	89,6
	26.06.1947	17	3,1	3,1	92,8
	27.06.1947	18	3,3	3,3	96,1
	28.06.1947	21	3,9	3,9	100,0
	Total		541	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia

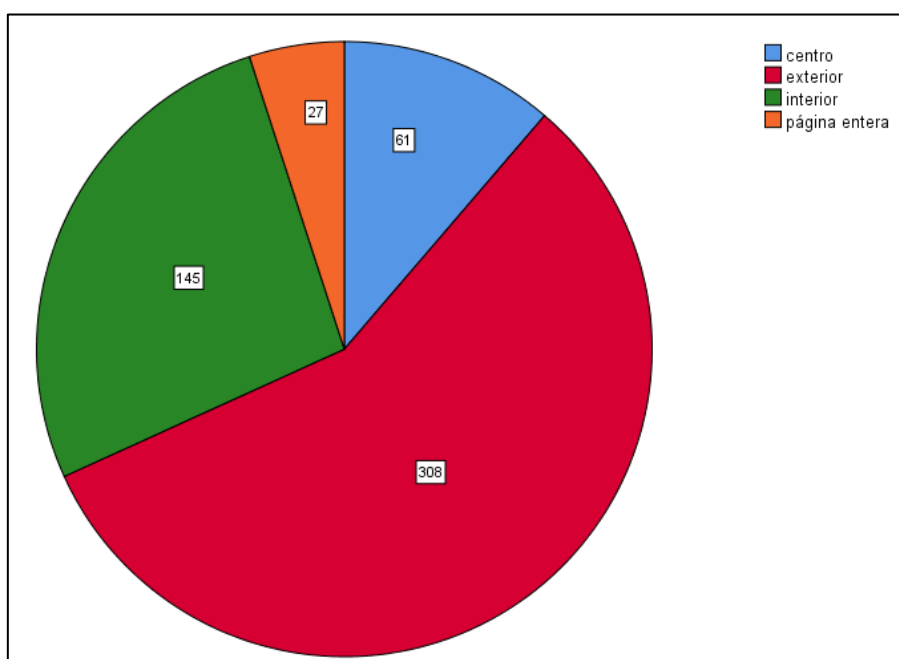
El elevado número de publicaciones concentradas en el 10 de junio de 1947, y que sobresale de la media mensual, se entiende al observar el itinerario de viaje de Eva Perón durante el *Rainbow Tour* y la periodicidad de la prensa española en 1947.

Respecto al primer factor, la señora de Perón o Presidenta (como se le nombraba en la prensa) salió de Buenos Aires el 7 de junio y aunque hizo escala en las Islas Canarias, no llegó a Madrid hasta el día siguiente. Francisco Franco, junto a su familia y demás autoridades, la recibieron primero en Barajas y después en un multitudinario acto oficial en la Plaza de Poniente. El segundo factor está relacionado con el primero, y es que el 8 de junio cayó en domingo, día en que según lo establecido por el Fuero del Trabajo de 1938 no se trabaja para respetar el descanso dominical. Por ende, como se mencionó anteriormente, los lunes no había periódico, a excepción de la *Hoja del Lunes* (único periódico autorizado). Las crónicas de la llegada de la embajadora argentina no se publicaron hasta el martes 10 de junio.

### 3.2. Relevancia

Para calcular la relevancia de las noticias publicadas en torno al *Rainbow Tour*, se ha partido de triángulo de Haas para jerarquizar las informaciones. Teniendo de mayor a menor relevancia los siguientes espacios: la página entera, zona exterior, centro y por último la zona interior de la hoja (Gráfico 3). Más de la mitad de las publicaciones se encuentran en la zona exterior (56%), lugar más visible de las hojas interiores de un periódico. Las publicaciones situadas en la zona interior de las hojas suponen el 26'8%, mientras que las situadas en el centro son el 11%. Por otro lado, las portadas y las fotonoticas del interior suponen un 5%.

Gráfico 3. Frecuencia del espacio de las publicaciones



Fuente: elaboración propia

Siguiendo la misma teoría, el triángulo de Haas también establece que las páginas impares tienen preferencia sobre las pares. Esto explica la razón por la que el 60'2% de las publicaciones relativas al viaje de Eva Perón se localizaran en páginas impares (Tabla 3), y ayuda a confirmar la segunda hipótesis de este trabajo “establecer, en base a la paginación, la relevancia dada por *ABC* y *La Vanguardia Española* a la visita de Eva Perón a España”.

**Tabla 3. Página par o impar**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Impar	329	60,8	60,8	60,8
	Par	212	39,2	39,2	100,0
	Total	541	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

### 3.3. Naturaleza

Para responder al tercero de los objetivos planteados “evaluar la naturaleza con que la prensa cubrió la visita de la primera dama argentina a España y determinar si existe sesgo ideológico”, se debe tener en cuenta el tipo de subgéneros informativos empleados y quiénes son los autores de estas. De las 541 publicaciones analizadas, el 82’1% correspondían a crónicas (50’3%) y a noticias (31,8%). Las entrevistas de actualidad, fotonoticias, reportajes y otro tipo de informaciones; juntos no superan el 20% de las publicaciones.

Respecto a los autores de las publicaciones (Tabla 4), prácticamente ninguno de los textos (91’9%) incluían el nombre del redactor, bien porque eran de agencia (40’1%) o porque no estaban firmados (51’8%).

**Tabla 4. Autores**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Agencia	217	40.1	40.1	40.1
	Corresponsal/enviado especial	11	2,0	2,0	42,1
	Otro	19	3,5	3,5	45,7
	Redacción	14	2,6	2,6	48,2
	Sin firma	280	51.8	51.8	100.0
	Total	541	100.0	100.0	

Fuente: elaboración propia

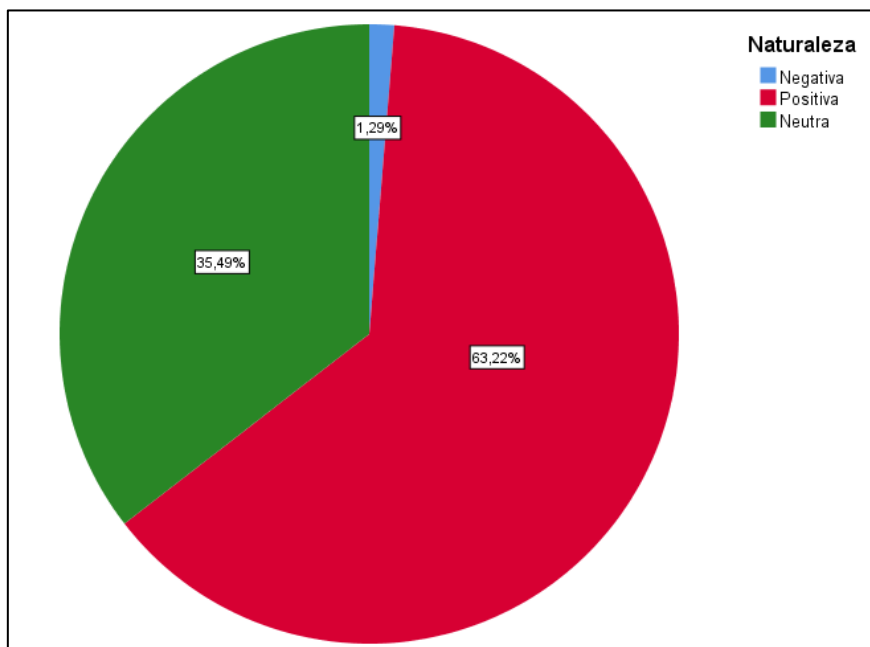
No conocer quién es el autor de la información hace que la credibilidad de esta sea menor. Otro hecho destacable es que casi la mitad de las publicaciones sean de agencia, como EFE, Mencheta, GRÁFICA, CIFRA, ALFIL, Reflejo o Serrano; estas agencias en su mayoría pertenecían al régimen. EFE, cuyas noticias son las más predominantes dentro del periodo analizado, fue creada en 1938 por Serrano Suñer como brazo propagandístico de Falange. Su objetivo

era mejorar la imagen del bando sublevado y funcionar como órgano del régimen.

Viendo quienes son los autores de las informaciones se confirma la tercera de las hipótesis: “La naturaleza de la información fue de carácter positivo, un sesgo afín con los intereses del régimen”. Aunque todavía no se haya mencionado la naturaleza de la información se puede presuponer que fue positiva dado que los intereses del régimen estaban en dar una imagen positiva de las relaciones entre España y Argentina, legitimar su gobierno y crear un puente diplomático con la comunidad internacional (Gómez, 2012).

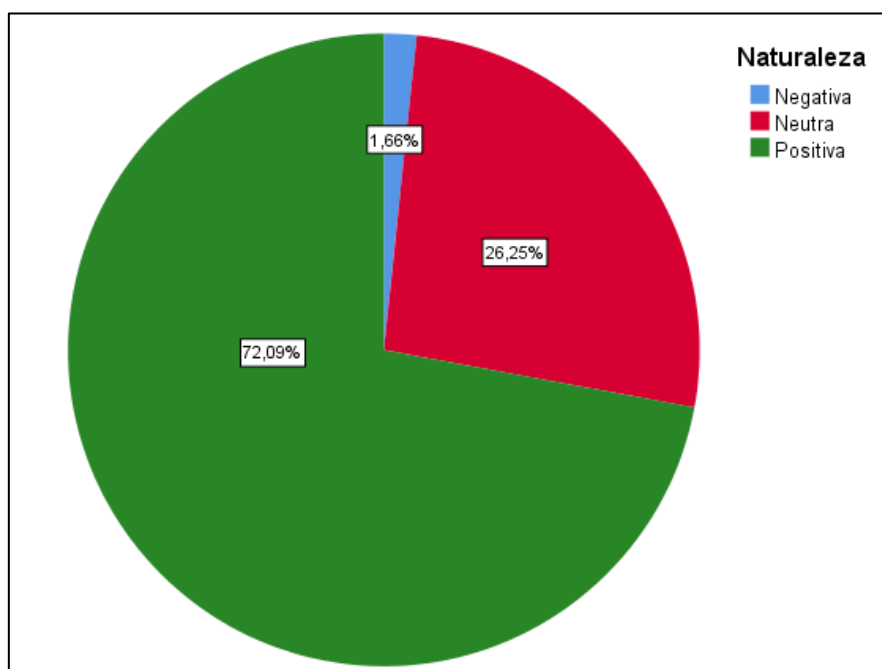
La naturaleza positiva de titulares, antetítulos y subtítulo, así como de las propias informaciones, confirma la idea que se había planteado anteriormente con los autores de las publicaciones, y reafirman la hipótesis inicial de un sesgo positivo en el viaje de Eva Perón a España (Gráfico 4 y Gráfico 5). Aunque la naturaleza de muchos de los titulares sea neutra (35'49%), es una línea que el cuerpo de la noticia en su mayoría no sigue (72'09%).

**Gráfico 4. Naturaleza del título, antetítulo y subtítulo**



Fuente: elaboración propia

**Gráfico 5. Naturaleza de las informaciones**



Fuente: elaboración propia

Cabe mencionar que casi 2% de noticias de carácter negativo tienen que ver con el *Rainbow Tour*, pero no con su estancia en España o al menos no de la cobertura hecha por la prensa española. Todas las noticias negativas hacen referencia al tratamiento hecho por la prensa extranjera (como la estadounidense) o bien por la prensa española, pero cuando Eva Perón ya se encontraba en Italia. Las noticias negativas sobre su estancia en Italia se deben al no tan caluroso recibimiento que tuvo la primera dama argentina y al que la prensa española describió como “Manifestaciones hostiles provocadas por los comunistas. Los comunistas y neofascistas italianos chocaron frente a la Embajada argentina después de la llegada de la señora de Perón” – *La Vanguardia Española*, 28 de junio de 1947.

### 3.3. Protagonistas principales y secundarios

El último de los objetivos planteados en este trabajo fue “determinar cuáles fueron los temas y protagonistas en la cobertura de la prensa del *Rainbow Tour*”. Para ello se ha analizado la presencia de Eva Perón en los titulares (Tabla 5) y quiénes son los protagonistas principales y secundarios en los cuerpos de las informaciones.



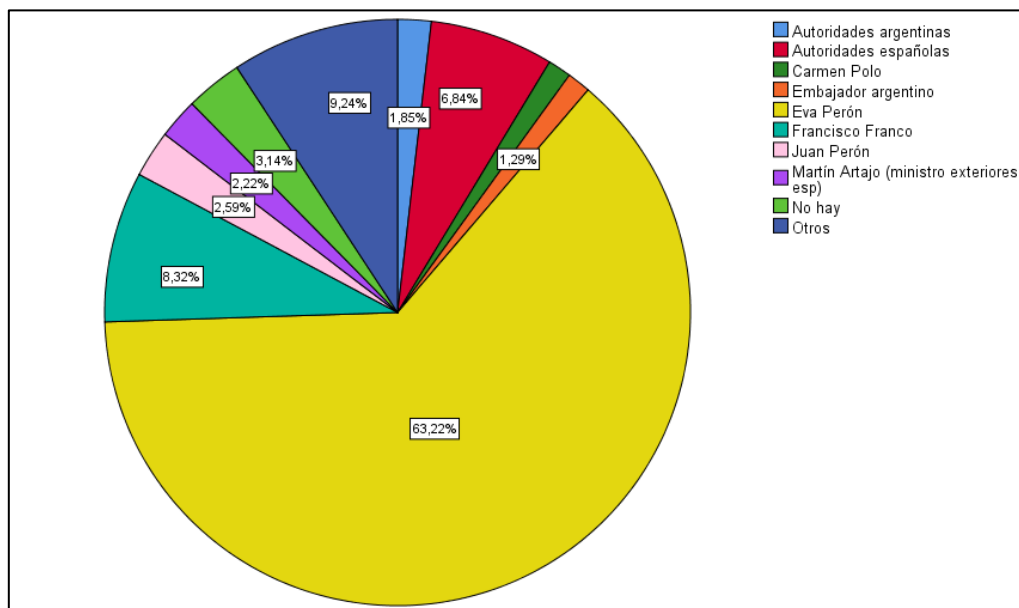
**Tabla 5. ¿Aparece Eva Perón en el titular?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	359	66.4	66.4	66.4
	Sí	182	33.6	33.6	100,0
	Total	541	100.0	100.0	

Fuente: elaboración propia

Aunque Eva Perón aparece en 1 de cada 3 titulares relacionados con el *Rainbow Tour* no es un dato suficientemente importante como para afirmar que ella sea la figura central de la cobertura periodística. Sin embargo, la naturaleza positiva del 63'2% de los titulares coincide con el porcentaje en el que Eva Perón aparece en el centro de las informaciones (del 63'2%), seguida de lejos por Francisco Franco con el 8'32% (Gráfico 6).

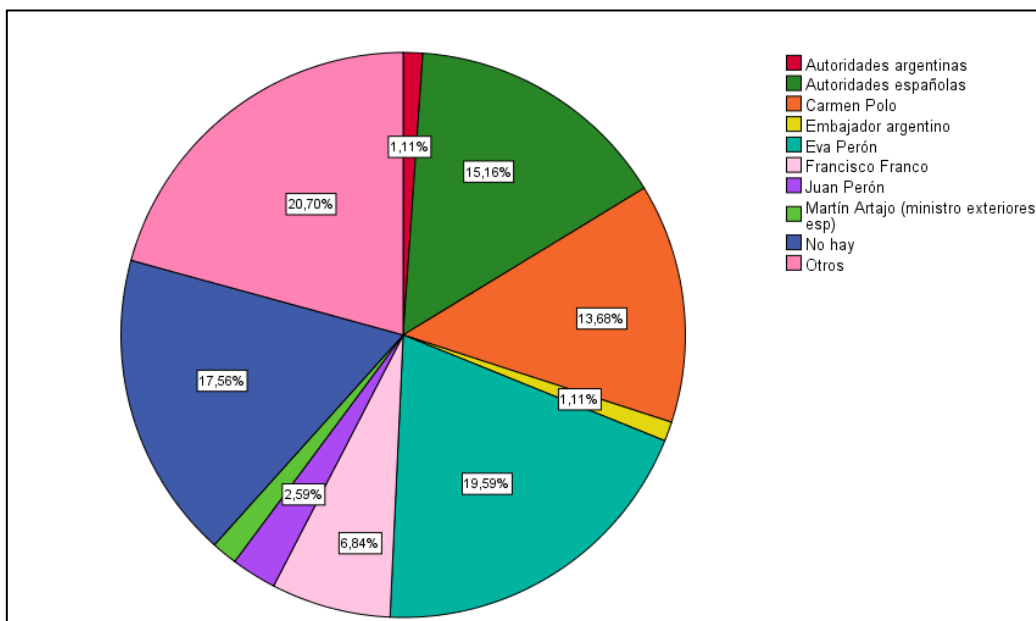
**Gráfico 6. Protagonista informativo**



Fuente: elaboración propia

El grupo de protagonistas secundarios fue más heterogéneo. En este caso, Franco ocupa el primer lugar con el 20'7%, seguido por Eva Perón (19'59%), autoridades españolas (15'16%) y Carmen Polo (13'68%). En el caso del 17'56% no existe un protagonista secundario (Gráfico 7).

**Gráfico 7. Protagonista secundario**



Fuente: elaboración propia

Con los datos obtenidos tras calcular los protagonistas informativos y secundarios se puede confirmar la cuarta hipótesis: “*ABC* y *La Vanguardia Española* centraron su cobertura en la figura de Eva Perón siendo el contexto visitas culturas y actos públicos con diferentes autoridades españolas”. Un dato curioso sobre los titulares es que, aunque las protagonistas informativas fueron Eva Perón y Carmen Polo, los apellidos publicados son los de sus maridos; para nombrarlas se las denomina “señora de Perón” y “señora de Franco”, alienándolas como seres individuales independientes.

#### 4. Conclusiones

El proceso de investigación expuesto permite confirmar el cumplimiento del objetivo inicial: analizar el tratamiento mediático llevado a cabo por el *ABC* y *La Vanguardia Española* de *Rainbow Tour* de Eva Perón en España durante junio de 1947.

El resultado más relevante corresponde a la primera hipótesis (H1) relativa a la cantidad de espacio informativo dedicado a la visita de Eva Perón. Como se mencionó en la introducción de este trabajo, existen muchas investigaciones previas relativas a esta visita pero en su mayoría enfocadas en analizar las repercusiones políticas, la formación del personaje de Eva Perón, o como episodios del franquismo. Esta investigación ofrece datos concretos del seguimiento que hicieron dos de los periódicos con más tirada en España, *ABC* y *La Vanguardia Española*.

La segunda hipótesis (H2) planteada, destinada a comprobar la relevancia dada por la por *ABC* y *La Vanguardia Española* a la visita de Eva Perón a España, ha permitido observar que la relevancia en prensa no se da sólo por la cantidad de información que ofrece sobre un tema, sino por su emplazamiento en el periódico y su ubicación en las propias hojas.

La tercera hipótesis (H3) determina la naturaleza positiva de las informaciones y confirma la existencia de un sesgo ideológico claramente favorecedor para la primera dama argentina. La investigación demuestra que el tipo de autor que firmaba las publicaciones eran, en su mayoría, agencias informativas vinculadas al régimen.

La última hipótesis (H4) relativa a determinar cuáles fueron los temas y protagonistas en la cobertura de la prensa del *Rainbow Tour* de Eva Perón, confirma que la primera dama argentina la protagonista absoluta del viaje, muy por debajo de Franco, el anfitrión. Entre los protagonistas secundarios, destaca mencionar el papel de Carmen Polo que, como mujer y esposa del caudillo, acompañó a Eva Perón en múltiples actos oficiales y visitas culturales, haciendo que tuviera una gran presencia en la cobertura mediática.

Casasola Hernández, S. (2022). *Rainbow Tour* de Eva Perón en España. Un análisis en *ABC* y *La Vanguardia Española* (1947). Universidad de Valladolid.

Una limitación que ha tenido este trabajo y que sería interesante incluir en futuras investigaciones es la de realizar un análisis comparado del tratamiento mediático hecho por la prensa argentina, para comprobar si los temas informativos coinciden o si existen matices. Como se ha mencionado brevemente en los resultados, también sería interesante incluir entre los objetivos de futuras investigaciones un análisis sobre el papel que jugaron los roles de género en el tratamiento mediático del *Rainbow Tour*.

## 5. Referencias bibliográficas

- Barnés, H. G. (16 de febrero de 2021). La hambruna española que fue borrada de la historia: ¿y si mató más que la guerra? *El Confidencial*. [https://www.elconfidencial.com/cultura/2021-02-16/gran-hambruna-espanola-muertos-guerra\\_2945088/](https://www.elconfidencial.com/cultura/2021-02-16/gran-hambruna-espanola-muertos-guerra_2945088/)
- Berelson, B. (1952). *Análisis de contenido en la investigación en comunicación*. Michigan: Prensa libre.
- Berrocal Gonzalo, Campos Domínguez, E. M., y Martínez Sanz, R. (2016). *La imagen de Castilla y León en la prensa nacional de referencia*. Universidad de Valladolid.
- Cartes Barroso, M.J. (2014). *Análisis y tratamiento de las visitas de San Juan Pablo II a Andalucía, según la prensa de Sevilla. (ABC y el Correo de Andalucía)*. (Tesis Doctoral Inédita). Universidad de Sevilla, Sevilla. <http://hdl.handle.net/11441/24395>
- Cerrano, C. (2007). Las imágenes de la Argentina peronista en la prensa franquista: (1945-1948). *Revista de Historia Americana y Argentina*, 42(Tercera época), 91-113. <https://bdigital.uncu.edu.ar/8150>.
- de David, Á. (14 de diciembre de 2016). El franquismo destituyó a Luca de Tena. *ABC*. [https://www.abc.es/opinion/abci-franquismo-destituyo-luca-tena-201612141705\\_noticia.html](https://www.abc.es/opinion/abci-franquismo-destituyo-luca-tena-201612141705_noticia.html).
- Delibes, M. (1985). *La censura de prensa en los años 40: y otros ensayos*. Ámbito.
- Dujovne Ortiz, A. (1996). *Eva Perón. La biografía* (1st ed.). El País S.A. / Santillana S.A.
- García Vílchez. (2016). *El tratamiento mediático del fin de ETA en los diarios ABC y El País (2011-2015)*. Universidad de Valladolid.
- Gómez Ferrer Morant, Guadalupe. (2012). El viaje de Eva Perón a España. *La Aljaba*, 16. [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1669-57042012000100001&lng=es&tlng=en](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1669-57042012000100001&lng=es&tlng=en).

Casasola Hernández, S. (2022). *Rainbow Tour* de Eva Perón en España. Un análisis en *ABC* y *La Vanguardia Española* (1947). Universidad de Valladolid.

- Honorable Cámara de Diputados de la Nación Argentina (HCDN). (2022). PROYECTO DE DECLARACION. Expediente 1887-D-2022. Buenos Aires. <https://www4.hcdn.gob.ar/dependencias/dsecretaria/Periodo2022/PDF2022/TP2022/1887-D-2022.pdf>

- Hoyos Pérez, J. (7 de mayo de 2019). Evita en España: el viaje que salvó a Franco. *La Vanguardia*. <https://www.lavanguardia.com/historiayvida/historia-contemporanea/20190505/47312048386/evita-en-espana-el-viaje-que-salvo-a-franco.html>

- Igartua Perosanz, J. J. (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Barcelona: Bosch.

Igartua, J. J., Muñiz, C., y Cheng, L. (2005). *La inmigración en la prensa española. Aportaciones empíricas y metodológicas desde la teoría del encuadre noticioso. Migraciones*. Publicación del Instituto Universitario de Estudios sobre Migraciones, (17), 143-181.

- Martín Alarcón, J. (17 de octubre de 2014). El repudio internacional, el fin del aislamiento y el ingreso en la ONU. *El Mundo*. <https://www.elmundo.es/la-aventura-de-la-historia/2014/10/16/543fa199e2704e63458b4583.html>

- McCombs, M. y Evatt, D. (1995) Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la agenda setting. *Comunicación y sociedad*, 8(1), 7-32.

- Moya López, D. (2016). *Las empresas periodísticas de España en el siglo XX (1881-1989). Antecedentes de los actuales conglomerados mediáticos*. Universidad de Sevilla

- Muñoz, B. M. (2011). Eva Perón a través de la mirada de Tomás Eloy Martínez. *Revista de estudios literarios*, 48.

- Muñoz Torres, J. R. (2004). Sobre la relación postmoderna entre pensar y obrar, y la influencia de los medios de comunicación. *Doxa Comunicación*, 2, pp. 69-87. <http://hdl.handle.net/10637/5990>

- Powell, C.T. (2003). España en Europa: de 1945 a nuestros días. *Ayer*, 49, 81–119.

Casasola Hernández, S. (2022). *Rainbow Tour* de Eva Perón en España. Un análisis en *ABC* y *La Vanguardia Española* (1947). Universidad de Valladolid.

- Rodríguez, F.D. (2021). Evita en Italia. La Gira Arco Iris, un espectáculo de la política. *Rassegna iberistica*, 44(115), 99-122.
- Sánchez, G. (1994). Familias políticas, estructuras de poder, instituciones del régimen. En M.A. Ruiz Carnicer (Coord.), *Falange: las culturas políticas del fascismo en la España de Franco (1936-1975)* (pp. 217-229). Zaragoza: Institución Fernando el Católico.
- Sanz Hernando, C. (2017). La prensa en el franquismo. Desarrollo y evolución historiográfica desde la dictadura a la democracia. En M. Pulido Polo (Ed.), *Tendencias de investigación en comunicación* (pp. 15-31). Sevilla: Egregius
- Seoane, M. C., y Saiz, M. D. (2007). *Cuatro siglos de periodismo en España. De los avisos a los periódicos digitales*. Alianza Editorial.
- Sevillano Calero, F. (1997). La estructura de la prensa diaria en España durante el franquismo. *Investigaciones históricas: Época moderna y contemporánea*, 17, 315-340.
- Sepúlveda, V. T. (2021). Eva Duarte en España: repercusión y propaganda de una visita política (1947-1948). *Estudios de Historia de España*, 23(1), 77-95. <https://doi.org/10.46553/EHE.23.1.2021.p77-95>
- Sierra Sánchez, J., y Corbi, C. (2019). Análisis del tratamiento informativo sobre la 'toma de Bangkok (2010)' en los diarios El País y El Mundo. *Ámbitos. Revista Internacional De Comunicación*, 22. <https://revistascientificas.us.es/index.php/Ambitos/article/view/9937>
- Sinova, J. (2006). *La censura de prensa durante el franquismo*. Debolsillo.
- Torrego, F. J. D. (2005). Los periódicos españoles en el tardo franquismo. Consecuencias de la nueva ley de prensa. *Comunicación y hombre*, 1, 131-147.
- Zorrilla Barroso, J. M. (1996). *El titular de la noticia: estudio de los titulares informativos en los diarios de difusión nacional*. (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid, Madrid. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/1865/1/T20884.pdf>

Casasola Hernández, S. (2022). *Rainbow Tour* de Eva Perón en España. Un análisis en *ABC* y *La Vanguardia Española* (1947). Universidad de Valladolid.

- Zúñiga, V. M., Valido, R. Á. F., y Salina, Y. C. (2015). Estudios sobre Agenda Setting en Cuba (2010-2015). *Tendencias generales de investigación en pregrado*. Razón y palabra, 92, 1-29.



## 6. Anexo

### 6.1 Anexo 1. Libro de códigos. Análisis de contenido cuantitativo

#### + Datos generales

- Número de unidad de análisis
- Medio:
  - o ABC = 0
  - o La Vanguardia Española = 1
- Día de publicación
- XX/06/1947

#### + Aspectos formales

- Ubicación I:
  - o Interior = 0
  - o Portada = 1
- Ubicación II: par/impar
  - o Par = 0
  - o Impar = 1
- Página
  - o ABC = 1-40
  - o LVE = 1-18
- Espacio
  - o página entera = 1
  - o zona superior = 2
  - o zona inferior = 3
  - o zona izquierda = 4
  - o zona derecha = 5
  - o Centro = 6
  - o zona superior izquierda = 7
  - o zona superior derecha = 8
  - o zona inferior izquierda = 9
  - o Zona inferior derecha = 10
- ¿Abre sección?
  - o No = 0
  - o Sí = 1

- Extensión de las columnas
  - o 1 columna = 1
  - o 2 columnas = 2
  - o 3 columnas = 3
  - o 4 columnas = 4
  - o 5 columnas = 5
  - o Sumario = 6

## + Contenido

- Titular
  - o Informativo = 1
  - o Expresivo = 2
  - o Apelativo = 3
  - o Temático = 4
  - o Declarativo = 5
- Género
  - o Noticia = 1
  - o Entrevista de actualidad = 2
  - o Crónica = 3
  - o Reportaje informativo = 4
  - o Fotonoticia = 5
  - o Otros = 6
- Tema informativo
  - o Relaciones Argentina/España = 1
  - o Imp/Exp de material primas = 2
  - o Acto oficial/Recepción = 3
  - o Visita cultural/turismo = 4
  - o Ciudad salida/llegada = 5
  - o España salida /llegada = 6
  - o Repercusión extranjero = 7
  - o Viaje Italia = 8
- ¿Aparece Eva Perón en el titular?
  - o No = 0
  - o Sí = 1

- Protagonista informativo
  - Eva Perón = 1
  - Francisco Franco = 2
  - Carmen Polo = 3
  - Juan Perón = 4
  - Embajador argentino (Pedro Radio) = 5
  - Ministro de Asuntos Exteriores español (Martín Artajo) = 6
  - Autoridades españolas = 7
  - Autoridades argentinas = 8
  - Otro/s = 9
  - No hay = 10
- Protagonista secundario
  - Eva Perón = 1
  - Francisco Franco = 2
  - Carmen Polo = 3
  - Juan Perón = 4
  - Embajador argentino (Pedro Radio) = 5
  - Ministro de Asuntos Exteriores español (Martín Artajo) = 6
  - Autoridades españolas = 7
  - Autoridades argentinas = 8
  - Otros = 9
  - No hay = 10

#### **+ Naturaleza de la información**

- Título, antetítulo y subtítulo
  - Positivo = 1
  - Negativo = 2
  - Neutro = 3
- Cuerpo de la información
  - Positivo = 1
  - Negativo = 2
  - Neutro = 3
- Autor/a de la información (¿Quién firma la noticia?)
  - Redacción = 1



