

Discurso, rito y emoción en la cobertura televisiva del “Habemus Papam”: comparativa en las retransmisiones de BBC y RTVE de la elección de León XIV

Discourse, ritual, and emotion in the television coverage of the “Habemus Papam”: a comparison of the BBC and RTVE broadcasts of the election of Leo XIV

Bañón-Castellón, L., y López-Olano, C.



Lola Bañón-Castellón. Universitat de València (España).

Profesora de periodismo en la Facultad de Filología, Traducción y Comunicación de la Universitat de València y co directora del Postgrado Experto en Sociedades Mediterráneas en la misma universidad. Ha trabajado como periodista especializada en la cobertura de información internacional en la televisión pública valenciana. Sus líneas de investigación son: información internacional, periodismo televisivo, relaciones internacionales y alfabetización mediática.

<https://orcid.org/0000-0002-4841-7978>, lola.banon@uv.es



Carlos López-Olano. Universidad de Valencia (España).

Profesor titular de Comunicación en la Universitat de València y vicedecano de Comunicación e Innovación en la Facultad de Filología, Traducción y Comunicación. Ha publicado una decena de libros y escribe artículos de opinión en medios como la Cartelera Turia o elDiario.es. Sus líneas de investigación son: podcast, televisión pública, innovación, periodismo sonoro y nuevos formatos periodísticos.

<https://orcid.org/0000-0002-8121-5999>, clolano@uv.es

Recibido: 30-09-2025 – Aceptado: 22-12-2025

<https://doi.org/10.26441/RC25.1-2026-4320>

RESUMEN: Propósito. El anuncio del *Habemus Papam*, transmitido en vivo a escala global, constituye un evento cargado de simbolismo religioso, político y mediático. Este trabajo analiza cómo la televisión construye, dramatiza y legitima la figura del nuevo pontífice mediante recursos visuales, discursivos y narrativos. **Metodología.** A partir de un enfoque cualitativo y cuantitativo, se examinan las retransmisiones televisivas de las cadenas públicas BBC y RTVE en base a categorías del análisis crítico del discurso y los ceremoniales mediáticos. **Resultados y Conclusiones.** El estudio revela cómo los medios reconfiguran el ritual religioso en una estructura comunicacional, articulando elementos de solemnidad, expectativa y emoción colectiva. Asimismo, se evidencia el papel central de la televisión como intermediario simbólico entre la institución eclesástica y la audiencia global. Las conclusiones sugieren que la retransmisión del *Habemus Papam* no sólo comunica un hecho, sino que produce y renueva un orden de sentido donde convergen poder, fe y espectáculo, y pone de manifiesto las diferencias importantes en la resignificación que cada cadena realiza al personalizar el evento. **Aporte original.** En nuestro estudio determinamos que la BBC recurre a un estilo narrativo que cultiva la distancia, dando relevancia a la contextualización, con un discurso accesible a un público multiconfesional. En cambio, en la cobertura de RTVE se enfatizan los rasgos de proximidad de creencias, apelando a la identificación de la audiencia y priorizando los elementos emocionales y la solemnidad. Esta investigación contribuye a la categorización de las líneas editoriales de las agendas temáticas de las televisiones públicas analizadas.

Palabras clave: televisión; retransmisión televisiva; *Habemus Papam*; BBC; RTVE; León XIV.

ABSTRACT: Purpose. The announcement of the *Habemus Papam*, broadcast live globally, is an event laden with religious, political, and media symbolism. This work analyzes how television constructs, dramatizes, and legitimizes the figure of the new pontiff through visual, discursive, and narrative resources. **Methodology.** Using a qualitative and quantitative approach, the television broadcasts of the public broadcasters BBC and RTVE are examined based on categories from critical discourse analysis and media ceremonials. **Results and Conclusions.** The study reveals how the media reconfigure religious ritual into a communicative structure, articulating elements of solemnity, expectation, and collective emotion. It also highlights the central role of television as a symbolic intermediary between the ecclesiastical institution and the global audience. The conclusions suggest that the broadcast of the *Habemus Papam* not only communicates an event but also produces and renews a framework of meaning where power, faith, and spectacle converge, and reveals the significant differences in the reinterpretation that each network performs in personalizing the event. **Original contribution.** In our study, we determined that the BBC employs a narrative style that cultivates distance, emphasizing contextualization, with a discourse accessible to a multi-faith audience. In contrast, RTVE's coverage emphasizes the proximity of beliefs, appealing to audience identification and prioritizing emotional elements and solemnity. This research contributes to the categorization of the editorial lines of the thematic agendas of the public television channels analyzed.

Keywords: television; television broadcast; *Habemus Papam*; BBC; RTVE; Leo XIV.

1. Introducción

Millones de personas sintonizaron en directo a través de sus pantallas o dispositivos la transmisión en directo de la elección de León XIV en un seguimiento de audiencia que devuelve a la televisión generalista a un papel protagonista. A falta de indicadores mundiales oficiales, las cifras contrastadas desgranadas por países confirman una intensa expectación que, por ejemplo, solo en Italia se tradujo en más de 21 millones de espectadores (Candela, 2025) y 13,6 en España (Europa Press, 2025).

En realidad, la televisión sigue siendo en buena medida la generadora del registro visual del devenir histórico; lo que ocurre es que sí que se han modificado los modos de consumo. Pero cuando el evento lo requiere, (también acontece con las grandes citas deportivas o con las noticias nacionales o internacionales de impacto) la televisión vuelve a convertirse en nuestra ágora y esa acogida demuestra confianza, proximidad simbólica y reconocimiento (Biondi, 2025). De hecho, la televisión en ciertos momentos se convierte en una extraordinaria generadora de contenidos para sus plataformas y redes asociadas. Por ejemplo, concretando datos más específicos, el especial informativo de Radiotelevisión Española (RTVE) 'Fumata Blanca: *Habemus Papam*', fue el más visto con 1.566.000 espectadores y 16,6%. Ese éxito de audiencia tiene su prolongación en el resto de medios: logró más de 5,6 millones de contactos en La 1 y Canal 24 horas. RTVE Play, la plataforma a la carta de la cadena pública española, registró más de 245.000 visitantes únicos y el informativo fue el segundo en audiencia de la temporada. Las redes sociales de RTVE lograron 11 millones de visualizaciones y el directo de su canal en YouTube acumuló más de 1,2 millones, siendo récord de temporada en TikTok con 1,3 millones (RTVE, 2025).

Las cifras parciales fueron incluso mucho mayores en la televisión suministradora del dispositivo de cobertura: la RAI 1 italiana consiguió reunir a 9 millones de espectadores entre las 7.30 y las 7.40 pm, en los diez minutos en que el nuevo Papa se dirigió al mundo desde el balcón. La cadena confirmaba así su legitimidad institucional y demostraba ser el medio en el que la población confluye en lo que es un reflejo condicionado, pero también un hábito cultural (Biondi, 2025). Otras televisiones como es el caso de la analizada BBC, que además no forman parte de una cultura mayoritariamente católica, no ofrecen directamente datos oficiales de sus audiencias. Quien lo hace es el organismo independiente *Broadcasters Audience Research Board* (BARB) que mide y publica las cifras de audiencia de las emisiones del Reino Unido (BARB, 2025). No obstante, la extensa cobertura informativa desplegada por BBC para

la elección papal supone un indicador que rubrica el interés que supuso su inclusión en la agenda de emisión de la cadena.

La retransmisión de la elección de León XIV demuestra la supervivencia del medio televisivo y su resiliencia en los momentos de las grandes coberturas de acontecimientos especialmente relevantes, cuando las audiencias evidencian el depósito de confianza en las televisiones generalistas. Así, el medio se reencuentra con su labor notarial de registrar y transmitir los eventos de alto valor simbólico para las sociedades.

Si las audiencias de la primera pantalla son de alta incidencia, como hemos señalado, también son muy relevantes las conseguidas con el seguimiento digital: casi 600.000 personas en Italia lo contemplaron todo con sus smartphones, *tablets* u ordenadores (Biondi, 2025). No son otros telespectadores, sino la misma audiencia en otro modelo de estar. No cambia la producción en televisión, sino la forma en la que la audiencia elige consumir. En este caso supone tener el acontecimiento en su misma mano y de esta manera, el rito sagrado se convierte en portable, capaz de ser vivido y disfrutado en cualquier entorno individual o colectivo.

Tradicionalmente, la elección de un nuevo Papa supone un despliegue informativo que moviliza a todos los medios importantes y constituye uno de los acontecimientos mediáticos más seguidos de la información internacional. Su incidencia no se limita a su naturaleza religiosa en origen, sino que como bien demuestran los datos de las audiencias, se convierte en un espectáculo global retransmitido en directo a millones de personas. Las televisiones modifican sus rejillas de emisión interrumpiendo la programación habitual para ofrecer el acontecimiento en directo. Se inscribe así en lo que Dayan y Katz denominan como *media events* (1992).

2. Marco teórico

2.1. Televisión y ritual mediático

En esos acontecimientos, que suponen momentos trascendentes de nuestra existencia como individuos y como grupo, aparece el ritual como instrumento dotado de lógica cultural. Desde la antropología, los rituales se definen como expresiones culturales que manifiestan modos diversos de entender y explicar la vida, por lo que emanan de las cosmologías diferenciales de los colectivos que los practican y que en ocasiones tienen un marcado sentido de lo sagrado (Aranda, 2022).

La noción de ritual mediático se refiere a los eventos retransmitidos en directo y que tienen la capacidad de alcanzar una dimensión colectiva que rebasa las fronteras meramente informativas. La televisión no solo comunica un hecho histórico, sino que lo convierte en un acontecimiento compartido que rompe la rutina cotidiana y construye un sentimiento de pertenencia grupal. Entre estos eventos se incluyen ceremonias deportivas, políticas y desde luego religiosas; capaces de convocar enormes audiencias, incluso en un contexto como el actual en el que el consumo de los medios tradicionales decae. La idea del poder integrativo del ritual colectivo se evidencia en la experiencia de que en determinados momentos y en algunos lugares específicos nos reunimos y construimos comunidad a través de los medios. En ese sentido, algunos autores consideran la acción mediática no tanto por su verdad sino por su incidencia (Couldry, 2003).

El Habemus Papam, que dio a conocer al mundo a León XIV, es por tanto objeto de nuestro estudio al constituir un caso paradigmático de ritual mediático global. Se trata de un momento en que la televisión no se limita a transmitir el acontecimiento religioso, sino que lo reinterpreta a través de la realización y el uso de determinadas lógicas discursivas que resultan en la construcción del sentido de comunidad (Hjarvard, 2008 y Hepp, 2013). La narrativa televisiva dota al evento de una solemnidad en la que se estructuran y armonizan planos de la multitud de fieles, encuadres cargados de simbolismo, silencios estratégicos y comentarios que contextualizan y enfatizan el significado histórico del momento. La televisión convierte una liturgia teóricamente dirigida a los católicos en un espectáculo global que atrae también a una audiencia no religiosa, pero

interesada en la dimensión simbólica, política o cultural de la celebración. Por ello, la elección del nuevo pontífice, en tanto que es un acontecimiento en el que confluyen diversas naturalezas, tiene en la televisión una plataforma que actualiza su dimensión ritual en una proyección mundial. El papel de los servicios de comunicación del Vaticano en la difusión de este tipo de eventos y la narrativa asociada han sido analizados en estudios recientes (Arasa *et al.*, 2025; Narbona *et al.*, 2025). La televisión actúa como mediadora del rito y hace posible su extensión global y en esta acción reconfigura su sentido y su incidencia emocional; asume una función de coautora del mismo. Los rituales mediáticos no solo representan hechos y realidades sociales, sino que además generan las condiciones para una vivencia colectiva (Couldry, 2003; Hepp, 2013).

2.2. El directo televisivo y la formación de la audiencia global

El *Habemus Papam* es un evento que se espacia en el tiempo. Supone el momento en que en el Vaticano una chimenea lanza la llamada fumata blanca, el humo claro y nítido que anuncia que el cónclave de cardenales ha elegido nuevo pontífice. Tras minutos de enorme expectación, miembros del alto clero salen al balcón para anunciar el nombre del elegido y preceder a la aparición del protagonista. Los tres anteriores *Habemus Papam* se produjeron en 1978 (Juan Pablo II), 2005 (Benedicto XVI) y 2013 (Francisco). El despliegue informativo de cada uno de ellos en el medio televisivo refleja no solamente la evolución tecnológica, sino también la forma en que los contextos de los diferentes países representan su relación con el Vaticano y con la vivencia religiosa. De ahí que este momento de presentación del nuevo pontífice al mundo muestra cómo este acontecimiento funciona como una suerte de espejo mediático que combina la representación de la universalidad de la celebración ritual católica con la particularidad cultural de cada sistema comunicativo.

Justamente la rápida evolución tecnológica de la televisión y su ampliación de las posibilidades de cobertura al momento han hecho que la transmisión en directo constituya uno de los rasgos más distintivos del medio y de las plataformas digitales contemporáneas. Su capacidad para conectar simultáneamente a una audiencia de millones de espectadores en torno a un mismo acontecimiento ha sido interpretada por diversos autores como un mecanismo fundamental en la creación de comunidades mediáticas que trascienden las fronteras nacionales (Dayan y Katz, 1992). Las lógicas de estas coberturas en directo producen lo que se denomina “experiencias de la simultaneidad”, es decir, la vivencia de estar siendo parte de un mismo acontecimiento junto a otros espectadores que se encuentran dispersos por el mundo constituyendo una comunidad virtual que comparte la sensación de vivir momentos de naturaleza histórica. Este efecto simbólico cobra una dimensión transnacional a través de medios y plataformas digitales que consiguen articular comunidades mediáticas globales que comparten marcos de referencia comunes, aunque pertenezcan a tradiciones culturales diversas.

En el caso de los rituales mediáticos que captan audiencias globales, como es el caso de una elección papal o los grandes eventos deportivos, la retransmisión en directo permite a las audiencias experimentar una comunidad imaginada similar a la expuesta por Anderson (1983) en referencia a los países, pero expandida en este caso a escala global. La televisión y ahora además el *streaming* digital hace posible que personas de diferentes contextos culturales tengan la vivencia de reconocerse puntualmente como parte de una misma audiencia cohesionada por la simultaneidad de la celebración y por códigos narrativos que lo estructuran que son reconocidos y compartidos. No obstante, esta comunidad mediática transnacional no es heterogénea. La apropiación del acontecimiento difiere según los marcos culturales y mediáticos locales, lo que genera interpretaciones diferenciadas de una misma cobertura global (Hepp y Couldry, 2009). Así, la retransmisión en directo no elimina las diferencias culturales, sino que construye un espacio simbólico compartido donde lo local y lo global confluyen.

En definitiva, las dinámicas de las retransmisiones televisivas en directo se configuran en un espacio central en la construcción de comunidades mediáticas transnacionales. A través de la simultaneidad y la composición del ritmo de la realización audiovisual, la televisión consigue generar un sentimiento de pertenencia compartida que, aunque es transitoria, refuerza el

sentimiento de participación en un momento histórico común. A ello contribuyen de forma decisiva los elementos dramáticos que se encuentran en estas realizaciones, hasta el punto de que las retransmisiones en directo configuran un género televisivo propio (Marín, 2004). Así, el Habemus Papam, que en su naturaleza era un ritual situado en un espacio sacro específico, se ha convertido en un fenómeno de alcance masivo y en un ritual mediático en el sentido propuesto por Dayan y Katz (1992). En esa perspectiva, las retransmisiones televisivas no solamente han supuesto una ampliación de la audiencia de un acontecimiento religioso, sino que simbólicamente ha contribuido a una reconfiguración a través del tamiz semiótico que constituyen los lenguajes propios del medio. La televisión, al transmitir un acto religioso, no solo muestra de forma expansiva la práctica litúrgica, sino que también la convierte en un acontecimiento social compartido, con capacidad para articular comunidades mediáticas nacionales y transnacionales.

La perspectiva de la mediatización de la religión (Hjarvard, 2008) resulta clave para comprender este proceso. Según este autor, los medios no actúan simplemente como canales neutrales de difusión, sino que imponen lógicas narrativas, visuales y temporales que influyen en cómo los rituales religiosos son percibidos y experimentados. Así, la televisión selecciona planos, introduce comentarios periodísticos y organiza la temporalidad del evento, contribuyendo a una “traducción mediática” de lo sagrado que lo adapta a las expectativas de las audiencias modernas. De hecho, el diseño del evento tiene en su puesta en escena una adaptación clara a la narrativa visual y los equipos de comunicación establecen las líneas maestras que esbozan la filosofía de la cobertura televisiva (Montemayor, 2014). En esta confluencia entre los medios de comunicación y la religión, los medios no solo cubren o transmiten las ideas religiosas; de hecho, ayudan a dar forma a la religión contemporánea (Hoover, 2006). En este sentido, la Santa Sede expresa de manera elocuente desde hace años su interés e inserción en el proceso de mediatización como forma de expansión de su presencia como institución religiosa (Dias Frutuoso, 2019). El Vaticano no dudó en lanzar en su día su propio canal de YouTube para difundir noticias sobre el Papa, quien pronto redactó instrucciones para un correcto uso de las posibilidades de internet por los católicos (Campbell, 2010). El Consejo Pontificio para la Comunicación Social editó dos documentos con recomendaciones éticas concretas para religiosos y educadores reconociendo la revolución que se está produciendo en el ámbito de la comunicación social y los cambios que se están produciendo en los elementos con los que las personas interpretamos el mundo (PCSC, 2002).

Por otro lado, es significativo destacar la dimensión cultural de estas retransmisiones. Hoover (2006) ha señalado que los medios se han convertido en espacios privilegiados para la circulación de significados religiosos en sociedades crecientemente secularizadas. En este marco, la televisión cumple una doble función: preservar la visibilidad de la religión en el espacio público y reconfigurarla como parte del imaginario cultural global.

En suma, la retransmisión televisiva de acontecimientos religiosos debe entenderse como un proceso complejo de mediación, en el que lo litúrgico se transforma en espectáculo audiovisual y lo sagrado se inserta en la dinámica de los medios de masas. Esta lógica no implica una mera difusión, sino una reinterpretación cultural que sitúa a la religión en el centro de las comunidades mediáticas contemporáneas. Esto ocurre en un momento en que internet ha generado un atrayente ciberespacio que produce nuevas formas de información, entretenimiento e interacción social (Kellner, 2003).

2.3. La valorización del directo en la estrategia de la televisión multiplataforma

La pervivencia del directo televisivo es un detalle a tener en cuenta en la evolución histórica del medio y podría desmentir a la mayoría de las profecías que apuntan a la muerte de la televisión de masas. De momento, la radiodifusión convencional (*broadcasting*) no ha sido derrotada por la selectiva (*narrowcasting*) propia del internet 2.0 (Bourdon, 2000).

En esta resiliencia del medio habría que considerar el factor credibilidad, en el que influyen la pluralidad y diversidad de las fuentes empleadas (Soengas et. al, 2023). En las emisiones de las televisiones públicas, además, la credibilidad es un elemento clave porque la expectación social sobre ellas es consistente (Mateos et. al, 2021).

Además de la confianza, otra de las razones de la pervivencia del poder del directo es su autenticidad, una cualidad que resiste a pesar de la expansión de internet y de las redes sociales y ello se debe a que comunica la sensación de que se asiste a un acontecimiento tal y como sucede sin que exista posibilidad de intervención manipulativa evidente. También son percibidas estas transmisiones como más confiables y creíbles por el nivel de profesionalidad de sus comentaristas, que suelen adherirse a los principios del estándar del periodismo de calidad en contraste con las informaciones en redes sociales en las que conviven noticias contrastadas con bulos y desinformaciones. Otra de las ventajas de los directos es la presencia de expertos que aportan elementos de análisis que facilitan la comprensión de los acontecimientos y la generación de contextos en los que entender la trascendencia de los hechos y profundizar en las historias. La transmisión del acontecimiento en tiempo real supone además una evolución en el concepto de comunicación que supone una audiencia ya no tan pasiva, que recibe la información atendiendo a los detalles que hay más allá de los hechos. Algo que redundaría en una mejora de los contenidos de una emisión que no se limita solo a la difusión de datos, sino a la profundización de la explicación del acontecimiento (Gao, 2019). De hecho, lejos de considerar los directos como una manifestación de la televisión del pasado, la propia BBC contempla sus despliegues en las retransmisiones al momento como el epicentro de su estrategia multiplataforma en su competencia con las plataformas proveedoras de contenido en *streaming* (Sorensen, 2015).

La comparación entre la *British Broadcast Corporation* (BBC) y *Radiotelevisión Española* (RTVE) que propone la presente investigación, ofrece un análisis de cómo diferentes tradiciones mediáticas en contextos culturales diversos y con vivencias religiosas mayoritarias diferenciadas por parte de sus audiencias construyen la representación televisiva de un mismo acontecimiento.

La BBC supone un modelo de servicio público que se autodefine como imparcial y plural, y que tiene un gran alcance y audiencia masiva en Reino Unido y en todo el mundo, gracias al World Service (Reuters Institute, 2016). Mantiene un prestigio basado en la historia de la cadena, especialmente en sus servicios informativos, aunque algunos autores hablan de que es un macro-mito (Schlesinger, 2016). Por su parte, RTVE se sitúa dentro de la tradición de Public Service Media –PSM– que inauguró en el continente europeo la propia BBC, pero con una historia y trayectoria mucho más controvertida, con acusaciones constantes de falta de independencia de los gobiernos respectivos y de manipulación. Aun así, se sitúa en la línea de la BBC: televisión institucional, potente y con medios para poder asumir una retransmisión con los elementos técnicos y periodísticos necesarios (Retis y Lamuedra, 2010).

Basándonos en estos antecedentes, planteamos en este artículo las siguientes preguntas de la investigación:

PI.1. ¿Cómo se articulan en la realización televisiva los elementos de la espectacularización mediática que contribuyen a la narrativa legitimadora de la figura del Papa en la cobertura del “Habemus Papam”?

PI.2. ¿Qué recursos discursivos contribuyen a la mediatización religiosa en la retransmisión del “Habemus Papam” como evento global?

PI.3. ¿Cómo se gestiona la interlocución y relación discursiva de los profesionales que participan en la narración de la retransmisión?

PI.4. ¿Qué similitudes y diferencias existen en el tratamiento televisivo del “Habemus Papam” entre dos cadenas públicas internacionales pertenecientes a tradiciones culturales diferentes como son BBC y RTVE?

3. Metodología

El análisis comparativo de esta retransmisión en directo requiere un marco metodológico que incorpore las herramientas del análisis audiovisual. Se trata de examinar fundamentalmente tres dimensiones:

1. Dimensión audiovisual: elección de planos, encuadres, puntos de vista e inclusión de recursos gráficos.
2. Dimensión narrativa: participación de presentadores y comentaristas, tono narrativo, contextualización histórica y referencias culturales empleadas.
3. Dimensión discursiva visual específica: entendido como el modo en que cada cadena articula símbolos y significados en función de su identidad mediática y su público objetivo.

Este estudio se propone focalizar la atención en tres momentos nodales: el anuncio del Habemus Papam, la primera aparición del Papa en la logia central de San Pedro y su discurso inicial. Estos instantes condensan la mayor carga simbólica y permiten examinar cómo se construyen la expectativa, la revelación y la interpretación del acontecimiento.

Hemos escogido una extensión temporal idéntica en las dos retransmisiones, de BBC y de RTVE. La linealidad de la retransmisión ha facilitado la identificación del objeto de estudio, alcanzando cerca de 60 minutos, que comprende en su inicio un intervalo previo a la aparición del cardenal protodiácono Dominique Mamberti anunciando el nombre del pontífice en el balcón central de la basílica de San Pedro. Unos minutos después, mientras se cumple el rígido ritual católico, aparece el nuevo Papa y dice su primer discurso que es emitido en su totalidad y traducido simultáneamente por las dos cadenas. La emisión prosigue con el resumen que los comentaristas realizan de las palabras de León XIV. Hemos delimitado 30 unidades de análisis de cada una de las emisoras, a razón de dos minutos por unidad, lo que da un total de 120 minutos de emisión como objeto de estudio. La operacionalización de variables y categorías se ha ordenado para dar respuesta a cada una de las preguntas de investigación planteadas. Más allá del análisis del contenido y de la visualización detallada de la emisión y de los recursos audiovisuales, se ha trabajado también con las locuciones en inglés y español, que han sido transcritas mediante la herramienta de Inteligencia Artificial TurboScribe.ai.

Para profundizar en las cuestiones delimitadas, referidas a las características narrativas, discursivas y técnicas empleadas en las transmisiones televisivas, el estudio realiza un análisis de contenido de tipo cualitativo (Mayring, 2000), combinado con otro de naturaleza cuantitativa (Krippendorff, 2004). La aproximación a las variables audiovisuales, se ha hecho en una primera fase mediante una valoración aplicando una escala de Likert. La codificación de las variables ha sido realizada por los dos autores después de visionar las grabaciones disponibles de ambas cadenas; la de BBC, disponible en YouTube y la de RTVE en RTVEplay. Las variables discursivas y sociales se han codificado siguiendo modelos teóricos establecidos (Früh & Wirth, 1997; Krippendorff, 2004; Mateos, 2013).

En cuanto a la fiabilidad intercodificadores de la construcción analítica, tras una primera prueba two-coder basada en los coeficientes alpha (α) de Krippendorff y respecto al porcentaje de acuerdo (PA), los datos de las diferentes variables alcanzaron un PA medio del 75%, estando por consiguiente por debajo del nivel mínimo aceptable en análisis de contenido ($\alpha=0.8$ / PA=80%).

4. Análisis de resultados

4.1. Dimensión Audiovisual

En la división planteada entre los planos audiovisual, narrativo y discursivo, abordamos el primero, basado en el uso de recursos de lenguaje televisivo, que abarca la elección de planos, encuadres y montaje, y en segundo lugar los rótulos e inclusión de recursos gráficos.

También el análisis comparativo entre las retransmisiones en directo de BBC y RTVE de las diversas voces incluidas en el programa con la participación de diversos presentadores y periodistas/comentaristas, lo que marca la realización. En la valoración en la escala Likert del 1 al 5, entre menor y mayor presencia de los siguientes elementos, el resultado que obtenemos se presenta en la Tabla 1.

Tabla 1. Dimensión audiovisual (variables técnicas)

Variable de análisis	RTVE (Likert)	BBC (Likert)
1.Realización y planificación	5	3
2.Uso de entrevistas y conexiones en directo	5	3
3.Subtitulación y elementos incrustados	5	2

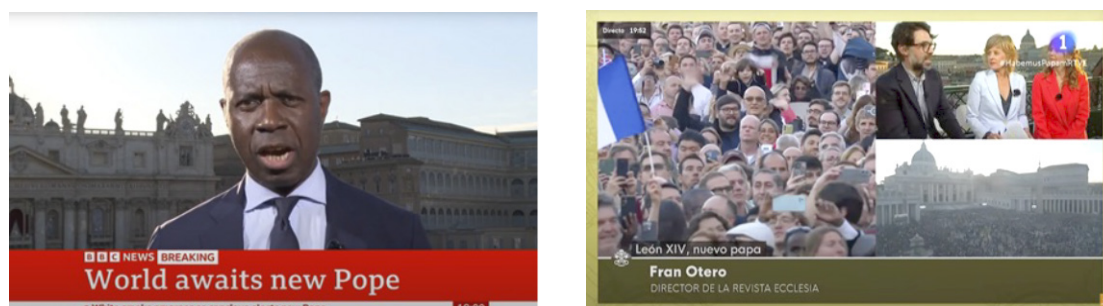
Fuente: Elaboración propia.

Existe en estos eventos multitudinarios de la Santa Sede una señal pool realizada por la televisión pública italiana –RAI–, encargada por los servicios de Comunicación del Vaticano, y que suministra lo que se denomina señal realizada a las diversas televisiones y plataformas que deseen retransmitir en directo el acto. Estas emisoras se encargan de su personalización, mediante la inclusión de presentadores y comentarios –apareciendo en pantalla o en off–, subtitulación y otros elementos incrustados, propios de la emisora, e incluso la adición de otros recursos de realización si lo desean los directivos de la televisión. Esto permite la identificación de la marca respectiva y hace posible el análisis comparativo, basándose en el empleo de estos recursos en la dimensión audiovisual.

En la variable 1, referida a la realización y planificación, valoramos a RTVE con un 5, y a la BBC con un 3. Esta valoración consensuada se hace conforme a la identificación de planos comunes en las dos retransmisiones, que ya reflejan sin duda la espectacularidad del boato cardenalicio y del carácter ritual de la ceremonia, altamente sofisticada y marcada por la tradición de siglos. Pero también se detectan planos que están en la emisión española y no en la británica, que indican claramente que la emisora española mejoró la señal inicial. Hay planos con grúa, más elaborados, con más detalles, con grabaciones realizadas mediante drones, a pie de calle, con planos desde la ubicación de las campanas. En RTVE también utilizan un recurso profusamente, que es la incrustación en la imagen de diversos planos seleccionados que acompañan a la imagen principal –por ejemplo, de los presentadores en el set, o de los reporteros con los que se conecta en directo–. Es una técnica empleada ampliamente en las transmisiones deportivas, que, sin embargo, en la BBC apenas se utiliza.

En la variable 2, referida al recurso de utilizar diversos presentadores, comentaristas y entrevistados lo que marca la planificación en la emisión, es donde encontramos más diferencias entre las dos cadenas. La valoración en escala Likert también es de 5 en RTVE, y 3 para los británicos. La BBC opta por una locución mayoritariamente en off en la que participa el experto vaticanista Austen Ivereigh. Tan solo durante 5 segundos se muestra el set en una terraza de la plaza del Vaticano, donde se encuentra el presentador de la cadena el periodista Clive Myrie. En cambio, el set de RTVE es presentado en imagen hasta en diez ocasiones durante la transmisión. Algunas de ellas incrustadas en un lateral de la imagen principal. En esa ubicación aparecen hasta tres presentadores (Imagen 1).

Imagen 1. Capturas de pantalla de BBC y de RTVE



Si bien la BBC va introduciendo hasta cinco comentaristas durante la transmisión –siempre en off– en RTVE destaca la presencia añadida de periodistas que hacen conexiones en directo desde diversos puntos en los alrededores de la plaza de San Pedro. Los españoles utilizan a tres presentadoras en el set, y hasta seis reporteras que dan una visión del ambiente en los alrededores del balcón central de la Basílica de San Pedro, donde se produce el hecho principal de la presentación del nuevo Papa. Cada una de esas reporteras (todas mujeres, algo a lo que nos referiremos más tarde) realiza varias entradas. El balance final es que esa duplicidad de voces contribuye a una realización más rica y variada en la transmisión de RTVE respecto a la de la BBC, que resulta más hierática e institucional.

Respecto a la tercera variable, la que hace referencia al uso de la subtitulación y los recursos incrustados, en la escala Likert se rebaja más la valoración de la BBC, quedando en 2, frente al 5 que obtienen los españoles. La BBC hace uso de su rotulación clásica en rojo, sin ninguna personalización. En cambio, en RTVE (Imagen 2) se hace una específica, utilizando los colores del Vaticano, el blanco y el amarillo, y añadiendo el escudo papal. Además, también incrusta los denominados cartones en el argot televisivo, por ejemplo, en el momento en que se revela el nombre del nuevo Papa.

Imagen 2. Imagen de RTVE en el momento en que se revela el nombre del nuevo Papa



Siguiendo el análisis de los rótulos empleados, se advierte que en RTVE los principales –hay otros más pequeños incrustados que marcan la hora o el directo, en ambas cadenas– llegan a cambiar en 18 ocasiones, aportando diversas informaciones destacadas en la BBC, tan sólo se emplean estos cuatro, más genéricos (Imagen 3).

- *World awaits New Pope*
- *New Pope announced*
- *The new Pope is Robert Prevost*
- *Robert Prevost elected as Pope Leo XIV*

Otro elemento diferenciador es la introducción de un código QR en la emisión de RTVE, que permite la inclusión de información sobre las quinielas de los papables, un tema que también comentaremos en el siguiente apartado. El código QR remite a una web de la propia cadena, con información de los posibles candidatos, y dentro de la lógica periodística, se emplea solo antes de revelarse el nombre del Papa.

La emisión convencional de televisión se hibrida así con la que se suministra a través de la web, y también de las redes sociales, ya que se introduce también mediante otro rótulo información sobre el *hashtag* #habemuspapamRTVE.

Imagen 3. Captura de Primerísimo Primer Plano (PPP) del nuevo Papa en la transmisión de la BBC



4.2. Dimensión narrativa

Abordamos en este punto un análisis de los aspectos vinculados a los contenidos. Nos fijamos en la utilización del lenguaje y en la aparición de detalles de transmisión emocional y relación con los participantes en el programa y con la audiencia. A tal efecto se ha elaborado la Tabla 2, que presenta las variables.

Tabla 2. Dimensión discursiva (variables de contenido)

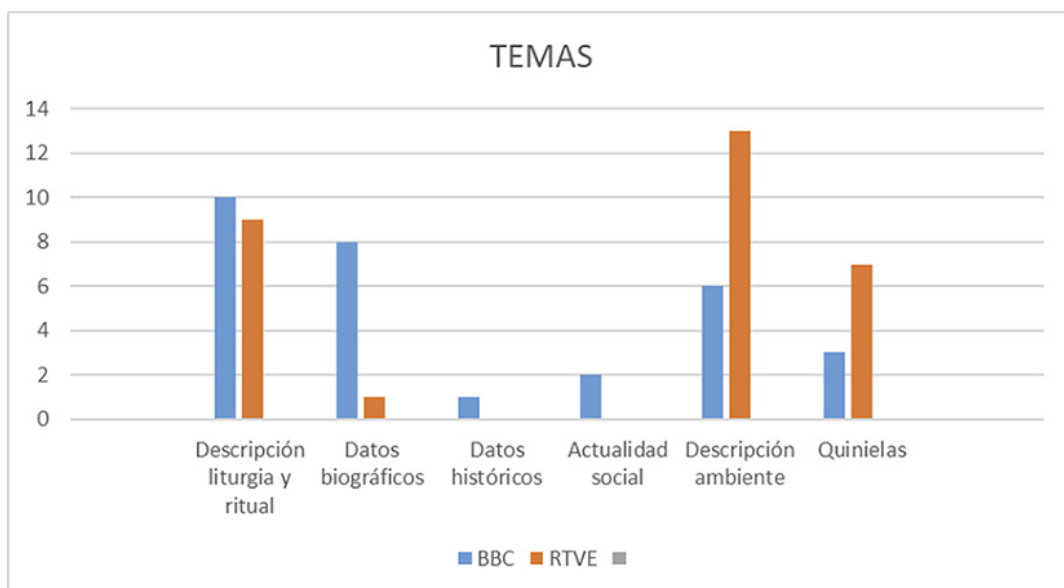
Temas	1-Liturgia y ritual
	2-Datos biográficos
	3-Contexto histórico
	4-Actualidad social
	5-Quinielas
	6-Descripción ambiente
Lenguaje	1-Enunciativo
	2-Coloquial
	3-Expresivo
	4-Teológico
Evocación emocional	1-Devoción
	2-Unión
	3-Esperanza
	4-Alegría
	5-Expectación
	6-Neutro

Menciones específicamente religiosas	1-Dios
	2-Santos
	3-Jesucristo
	4-María
	5-Sin mención
Interacción con la audiencia	1-Apelación directa a los presentes
	2-Apelación a la audiencia
	3-Sin apelación
Género	1-Presencia discursiva masculina
	2-Presencia discursiva femenina
	3-Sin presencia discursiva

4.2.1. Temas aparecidos en la retransmisión

En la composición temática de la narración se observa que en la retransmisión de RTVE son más abundantes los argumentos que describen el ambiente con elementos emocionales que reflejan estados de ánimo (Gráfico 1). BBC, por su parte, mantiene una distancia en la descripción. Se evidencia asimismo que la cadena anglosajona opta preferentemente por cimentar sus comentarios en datos biográficos y de contexto; la española es más contenida en este aspecto. Uno de los rasgos que distinguen a la narración de las comentaristas de RTVE es que dan mucho protagonismo a las quinielas, el ejercicio de suposiciones sobre quién será el Papa; algo muy evidente en la primera parte de la transmisión, cuando aún no se conocía el nombre. Sin embargo, BBC, siendo más restrictiva en este aspecto, sí que consigue anticipar el nombre del cardenal Prevost, quien será minutos más tarde el que aparecerá investido como nuevo Pontífice. Las comentaristas españolas no aciertan con sus pronósticos. En lo que ambas cadenas muestran un modelo similar es en la frecuencia de la descripción y explicación del proceso y rituales que acompañan al anuncio del Habemus Papam.

Gráfico 1. Número de ocasiones en los que se referencian los diversos temas en los comentarios de ambas cadenas

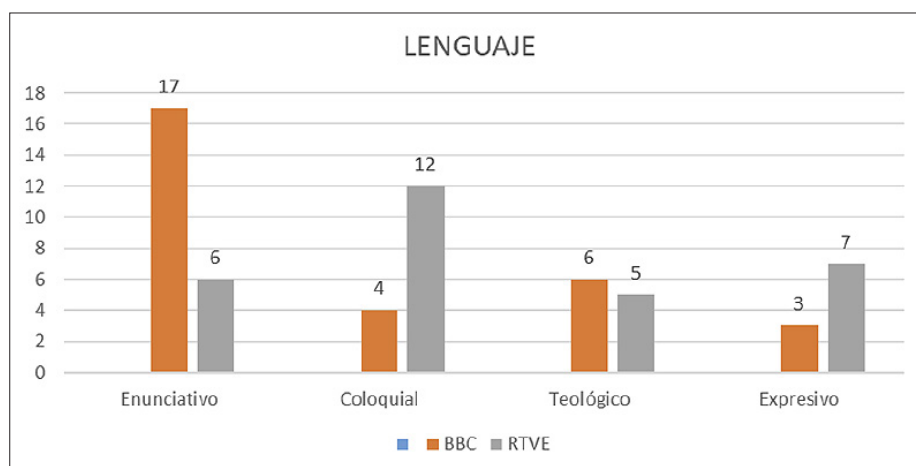


Fuente: Elaboración propia.

4.2.2. Lenguaje utilizado en la narración

Los resultados muestran que BBC mayoritariamente utiliza un lenguaje en posición enunciativa, ajustando su narración a la enumeración de los detalles que van observándose en el acontecimiento. Esto lo hace desde una expresión donde predomina la distancia y en donde la adjetivación aparece en contadas ocasiones (Gráfico 2). Por el contrario, RTVE utiliza con mucha mayor profusión un lenguaje expresivo y coloquial; algo en lo que colabora el hecho de que haya más comentaristas que en la cadena británica. Ambas televisiones ofrecen un porcentaje muy aproximado en lo referente al lenguaje vinculado con el ritual religioso. Ello se debe a que esa medición responde casi en su totalidad a los momentos de intervención del Pontífice.

Gráfico 2. Número de ocasiones en los que se referencian los diversos tipos de lenguaje en los comentarios de ambas cadenas

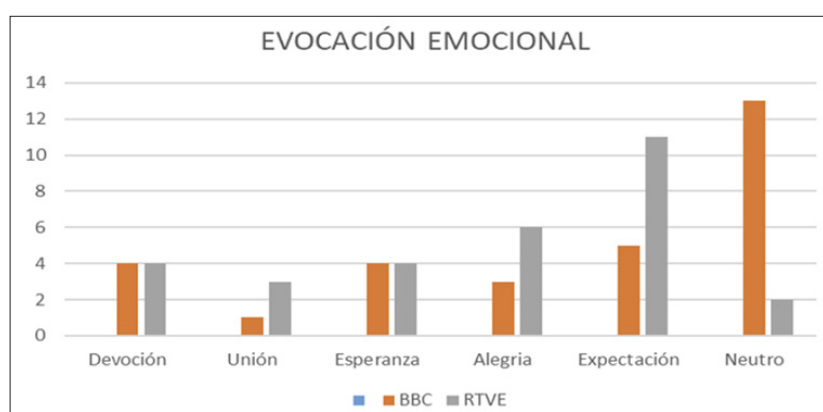


Fuente: Elaboración propia.

4.2.3. Expresión de sentimientos y emociones

Los resultados de nuestra investigación muestran claramente que la BBC mantiene, en términos generales, en la narración del *Habemus Papam*, un tono neutral, claramente enunciativo, en el que apenas hay adjetivación (Gráfico 3). En los escasos momentos en que aparece es expresada por los invitados, no por los comentaristas de la casa. Las expresiones directas de entusiasmo y expectación son mucho más directas, de forma ostensible en RTVE. Los valores referidos a devoción y esperanza son similares en ambas cadenas porque son los expresados en el discurso del nuevo pontífice y, por tanto, en esas unidades de análisis no hay intervención de los comentaristas.

Gráfico 3. Número de ocasiones en los que se referencian los diversos tipos de lenguaje en los comentarios de ambas cadenas

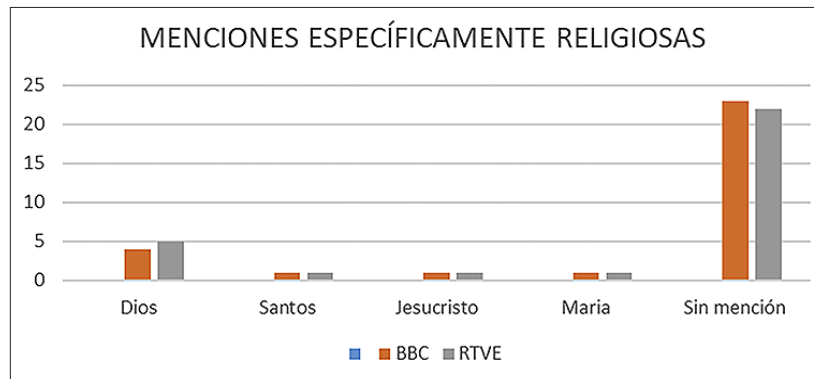


Fuente: Elaboración propia.

4.2.4. Expresiones de la religiosidad

Tanto RTVE como BBC son cadenas públicas en países aconfesionales con normas expresas de respeto a la pluralidad religiosa de sus sociedades. De ahí que en ambas retransmisiones los comentaristas apenas hagan mención de forma directa a expresiones vinculadas con las creencias o la fe. Las referencias a este respecto que muestra nuestro análisis son las correspondientes a las unidades en las que se recoge la alocución pública del Papa desde el balcón de la Plaza de San Pedro (Gráfico 4).

Gráfico 4. Número de ocasiones en las que se referencian las diversas referencias religiosas en los comentarios de ambas cadenas

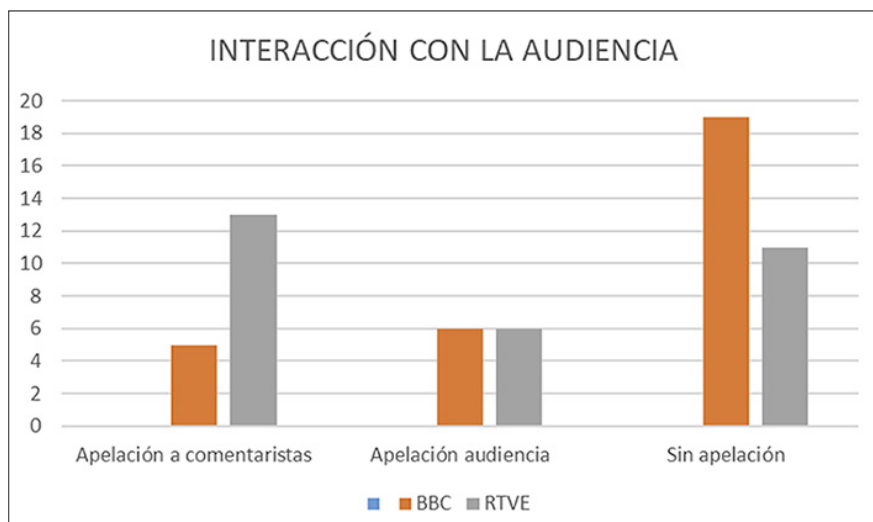


Fuente: Elaboración propia.

4.2.5. Interlocución entre los protagonistas de la locución

Ambas cadenas cuentan con invitados/as para apoyar la narración del Habemus Papam, pero en el caso de la BBC este aporte es menor. Las relaciones discursivas con ellos se limitan a la presentación y las preguntas. En cambio, en RTVE, las comentaristas apenas se dirigen a la audiencia directamente y organizan el discurso interpellando por su nombre a los invitados, creando una conversación cerrada en un marcado tono coloquial (Gráfico 5). Por otra parte, la apelación directa a la audiencia es similar en ambas cadenas; se limita al saludo inicial puntual y en el caso de la BBC a recordar que están en directo.

Gráfico 5. Número de ocasiones en las que se referencian las diversas interacciones con la audiencia en los comentarios de ambas cadenas

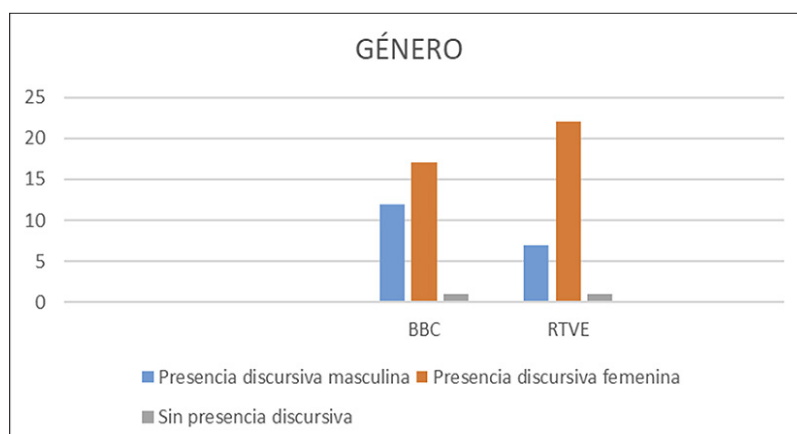


Fuente: Elaboración propia.

4.2.6. Perspectiva de género

La retransmisión en RTVE está comandada al cien por cien por las mujeres, tanto en la dirección de la narración (algunas mujeres en el set y otras destacadas en diferentes posiciones) como en la participación como invitadas hasta completar un total de nueve presencias femeninas (solo aparece un hombre al final, el director de una publicación y como invitado) (Gráfico 6). En cambio, en la BBC la presentación la protagonizan dos hombres al principio y tres mujeres al final. En las unidades sin presencia discursiva no hay intervenciones, sino momentos donde el sonido ambiente está en primer plano.

Gráfico 6. Presencia discursiva masculina o femenina en la retransmisión de ambas cadenas



Fuente: Elaboración propia.

4.3. Análisis del estilo discursivo

La actitud de la interlocución es la primera de las diferencias que separan la retransmisión de BBC y RTVE. La cadena británica se dirige a sus invitados con saludos formales y procede de la misma forma en la formulación de preguntas. RTVE, en cambio, opta por un tono más informal. Por ejemplo, interpelan a Cristina Sánchez, directora de la revista Alfa y Omega, en un tono de complicidad y esperanza: “vemos algunas banderas españolas, mira que si tenemos a un Papa español...”

En cambio, en BBC, el editor de religión Aleen Maqbool cuestiona de forma directa sin afectación emocional: “Vemos diversidad de banderas... ¿Podemos ver un Papa americano?” El invitado, de forma premonitrice, pero sencillamente enunciativa, apunta al cardenal Prevost diciendo que tiene posibilidades.

En el caso de RTVE, las comentaristas muestran en sus comentarios una clara implicación sentimental: “Podemos sentir la electricidad de este momento, la atmósfera de felicidad... Una nueva era está a punto de empezar en la iglesia católica...” O bien: “es impresionante la euforia de la gente” Esa expresión de la emotividad, en BBC solo la advertimos en la opinión de las personas externas a la casa, los invitados. Así, por ejemplo, cuando se entrevista a Madeleine Teehan, editora de una publicación católica, confiesa “...And I'm very excited. I'm rather nervous”. En las retransmisiones en directo, uno de los desafíos más evidentes para los periodistas es la narración de esos momentos en los que no pasa nada que se pueda describir, pero en los que hay que mantener el interés o en este caso, la intriga por conocer el nombre del nuevo Pontífice.

Ambas cadenas lo resuelven con una filosofía de trabajo diferente. RTVE, que tiene desplegadas varias periodistas por los alrededores de la plaza San Pedro, opta por la captación de ambiente entrevistando al público: “...Todo el mundo se pone a chillar al ver la pantalla –dice Mercedes, una entrevistada– y es muy emocionante...”. BBC, por su parte, prioriza el ofrecimiento de datos de contexto e históricos valorando el anterior papado para cubrir ese tiempo de espera: “Even some of those who have been critical about what they saw as a radical nature in some

points of the Pope Francis papacy still saw the way the crowd, for example, during the funeral responded to talk of the causes that Pope Francis had championed. They got to reflect on the impact that Pope Francis has had on the world, on the way the church reached out, on being a voice for the voiceless”.

Percibimos asimismo una diferencia en la extensión de las intervenciones. RTVE ofrece discursos más cortos y más descriptivos con el ambiente, mientras que los de BBC son más largos y contienen más elementos reflexivos y de opinión sobre lo que puede ser el nuevo papado.

El momento clave de la retransmisión es en el que se anuncia que el cardinal Prevost es el nuevo Papa. Otra de las características de la narración en directo es el ejercicio de la captación de los detalles que aproximan a la audiencia. Así, la comentarista de RTVE destaca: “Ojo, de nuevo un papa hispanohablante”, Y sigue en otro momento con insistencia: “Ojo, este Papa ha hablado en público, primero en italiano y después en castellano; en estas lenguas antes que en inglés, que es su idioma natal...” La BBC, por su parte, lo que encuentra destacable y considera que ha podido ser su ventaja es su identidad múltiple: “Now, the fact that he is American, but he's lived in Peru, he left the United States at a very young age, he speaks multiple languages. I mean, let's be honest, Madeleine, he ticks a lot of boxes.”

A nivel de contenido, es curiosa la incidencia que efectúa la comentarista de BBC a la que llama mucho la atención la reivindicación que ha hecho León XIV no solamente hablando en español, sino reivindicando su vínculo con Perú y en especial con la diócesis de Chiclayo y así comenta a la invitada:

“But what's also incredible is that he's actually spent most of his life outside of the United States. And I don't know if you heard at one point, he thanked all of those pilgrims and visitors who had come here from Peru. He is, in fact, a naturalised Peruvian citizen as well”.

Y pregunta:

What do you think that means? In a way, he's an American and a Latin American pope. Well, I think that made it perhaps easier for the cardinal electors to choose him, because he wasn't just American. He had a sort of global perspective”

Las peculiaridades del uso lingüístico tienen en esta retransmisión también su escenario. Así, en la BBC hacen referencia de la siguiente forma a la nacionalidad de León XIV: “What do you make of the first American Pope, Pope Leo XIV?”. En el uso cotidiano nombran a los ciudadanos de los Estados Unidos como americanos y de esta manera, se deja de lado la realidad histórica de que ya hubo un primer Papa americano y ese fue el antecesor, el argentino Francisco.

5. Conclusiones

La conclusión de nuestro estudio es que la BBC recurre a un estilo narrativo que cultiva la distancia y la sobriedad, dando relevancia a la contextualización histórica y cultural del Vaticano, con un discurso accesible a un público multiconfesional e internacional. El tono descriptivo de la locución se sitúa de forma preferente en un plano estrictamente enunciativo, y la realización es sobria, respecto a la planificación y los recursos narrativos empleados.

Por su parte, RTVE –la cadena pública española– tiene una perspectiva diferente; su sociedad tiene una cultura mayoritariamente católica y su audiencia se extiende a países latinoamericanos que igualmente se sitúan en esta tradición religiosa. De ahí que su cobertura tiende a enfatizar los rasgos de proximidad de creencias, apelando a la identificación de la audiencia con el acontecimiento y priorizando elementos emocionales y la solemnidad sobre la neutralidad analítica. RTVE combina planos que muestran la multitud congregada en San Pedro con los primeros planos del rostro de León XIV acercando la lectura al carácter y la personalidad del nuevo pontífice. En relación a la primera pregunta de la investigación, (PI.1) tanto en la emisión británica como la española, en los dos casos se desarrollan mecanismos de espectacularización del evento religioso, que contribuyen a la narrativa legitimadora de la figura del Papa.

El evento mismo de la retransmisión en directo con un dispositivo que moviliza a centenares de profesionales demuestra el proceso de mediatización religiosa (PI.2) Los comentaristas asumen el rol de provisión

de marcos de sentido para guiar a la audiencia en el desarrollo de la ceremonia en una interpretación y transmisión de valores que se efectúa desde una posición de distancia más acusada en la BBC. En cambio, en la cadena española el mensaje de la trascendencia del momento es vehiculado por las presentadoras con abundantes expresiones de entusiasmo y emoción y con una cercanía que recrea un ambiente coloquial y de proximidad afectiva (PI.3). La solemnidad de las imágenes y la gestión del potente sonido ambiente, llevado a primer plano en muchos momentos, eleva la conexión emocional y transmite la sensación de estar viviendo un acontecimiento único e histórico. Sin embargo, ambas cadenas mantienen la misma posición aséptica a la hora de reproducir elementos de liturgia o menciones religiosas, que en la transmisión quedan reservadas casi exclusivamente al primer discurso del pontífice.

Resulta llamativa la plasmación de la perspectiva de género a la hora de concluir nuestro análisis: en RTVE la retransmisión está casi completamente en manos de las mujeres, tanto a la hora de la conducción de la narración como en la inclusión de las voces expertas que son invitadas a complementar con sus comentarios el directo. Vemos a un total de nueve mujeres y únicamente es invitado al final un hombre, director de una publicación. Por su parte, la BBC sí que muestra un mayor equilibrio de género con un equipo más reducido, pero más diverso; dos hombres y tres mujeres. Aunque no advertimos que esta diferencia afecte al contenido discursivo de ambas retransmisiones, sí que consideramos que es una decisión a priori importante en la vocación igualitaria de las cadenas. Respecto a la cuarta pregunta, (PI.4) a pesar de partir de una realización inicial idéntica, las diferencias son muchas y variadas entre las dos cadenas. La planificación es mucho más variada y elaborada gráficamente en RTVE que en la BBC, y los españoles utilizan recursos técnicos diversos como la incrustación de cartones, rotulación dedicada, o el uso de códigos QR y hashtags para ampliar la información. Sin embargo, en la cadena británica muestran una mayor diversidad en los contenidos de contexto, datos históricos o biográficos que ayudan a situar la relevancia del directo. La apuesta de la televisión española se dirige más a una narración en la que prima la descripción del ambiente y el tono emocional.

Un factor a tener en cuenta al valorar los resultados del análisis en esta PI.4 es la diferencia cultural y religiosa entre la emisión en un país de amplia tradición católica, como es España, y la que se realiza en el Reino Unido donde por razones históricas la religión anglicana es la promovida por la propia Monarquía británica, y donde el Papa tiene autoridad tan solo para la minoría católica. Consideramos que el tratamiento televisivo de la BBC y de RTVE de este evento de interés mundial se ha visto influido sin duda por esta circunstancia, que no invalida el estudio ni las conclusiones. Para el futuro, pensamos que sería recomendable completar esta investigación estudiando las retransmisiones de estos actos religiosos en cadenas de otros países del entorno.

6. Contribuciones

Roles	Autor 1	Autor 2
Conceptualización	x	
Análisis formal	x	x
Obtención de fondos		
Administración del proyecto		
Investigación	x	x
Metodología	x	x
Tratamiento de datos	x	x
Recursos		
Software		x
Supervisión	x	x
Validación	x	x
Visualización de resultados	x	x
Redacción-borrador original	x	x
Redacción-Revisión y edición	x	x

Bibliografía

- Anderson, B. (1983). *Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism*. Verso.
- Aranda, R. (2022). Las prácticas rituales y su vigencia en la actualidad. *Antropolis*. <https://antropolis.es/las-practicas-rituales-y-su-vigencia-en-la-actualidad>
- Arasa, D., Bellido, G., Carroggio, M., Sebastianelli, D., & Vignati, G. (2025). From Pope Francis to Leo XIV – Vatican communication and media operations. *Church, Communication and Culture*, 1–34. <https://doi.org/10.1080/23753234.2025.2561939>
- Biondi, A. (2025). Habemus Papam', Leo XIV and the last secular mass on generalist television. *IlSole24ore*. <https://goo.su/mTE3>
- Bourdon, J. (2000). Live television is still alive: On television as an unfulfilled promise. *Media Culture & Society*. <https://doi.org/10.1177/016344300022005001>
- Campbell, H. (2010.) When Religion Meets New Media. Taylor & Francis Group. *ProQuest Ebook Central*. <https://doi.org/10.4324/9780203695371>
- Candela, G. (2025) Nel momento dell'annuncio del nuovo Papa Leone XIV, 21 milioni di spettatori erano davanti alla tv: numeri storici. *Ilfattoquotidiano* <https://goo.su/YQtCsA>
- Couldry, N. (2003). *Media rituals: A critical approach*. Routledge.
- Dayan, D. y Katz, E. (1992). *Media events: The live broadcasting of history*. Harvard University Press.
- Dias Frutuoso, B. (2019). Mediaticização da religião: O “adeus” de Bento XVI narrado pelo CTV, a televisão da Santa Sé Anais de Resumos Expandidos do Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais, [S.l.], v. 1, n. 1, sep. 2019. ISSN 2675-4169. <https://midiaticom.org/anais/index.php/seminario-midiaticacao-resumos/article/view/647>
- Europa Press (2025). Un total de 13,6 millones de espectadores, el 29% de los españoles, siguió la elección de León XIV por TV. *Europa Press*. <https://goo.su/0GMMIL>
- Früh, W., & Wirth, W. (1997). Content analysis. In W. Donsbach (Ed.), *Handbook of communication science* (pp. 385–407). Westdeutscher Verlag.
- Gao, S. (2019). Media Competitiveness of Live TV News. Proceedings of the 6th International Conference on Education, Language, Art and Inter-cultural Communication (ICELAIC 2019) <https://www.atlantis-press.com/proceedings/icelaic-19/125934352>
- Hepp, A. (2013). *Cultures of mediatization*. Polity Press.
- Hepp, A. y Couldry, N. (2009). “Introduction: Media events in globalized media cultures”. In N. Couldry, A. Hepp, & F. Krotz (Eds.), *Media events in a global age* (pp. 1–20). Routledge.
- Hjarvard, S. (2008). The mediatization of religion: A theory of the media as agents of religious change. *Northern Lights: Film & Media Studies Yearbook*, 6(1), 9–26. https://doi.org/10.1386/nl.6.1.9_1
- Hoover, S. M. (2006). *Religion in the media age*. Routledge, Taylor & Francis Group. <https://decontenido.com/streaming-el-ocaso-de-la-tv-como-experiencia-colectiva/>
- Kellner, D. (2003). *Media spectacle*. Routledge.
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Sage.
- Marín, J. (2004). Las retransmisiones deportivas en televisión. *Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Literatura*. Universidad de Sevilla. <https://goo.su/Ncrd6Jm>
- Mateos, C. (2013). La narrativa audiovisual informativa: Transmediación, hibridación y nuevos retos para los medios online. En: V. Guarinos-Galán, V. & Sedeño-Val, A. *Narrativas audiovisuales digitales. Convergencia de medios, multiculturalidad y transmedia* (pp. 71–114). Fragua.
- Mateos, C., Lamuedra, M., y Broullón, M.A. (2021). From ‘Content Providers’ to ‘Key Social Structures’: A Turn to practice in citizen’s discourses on Televisión Española (TVE). *Zer*, 26, 55-78. <https://doi.org/10.1387/zer.23009>
- Mayring, P. (2000). Qualitative Content Analysis. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research* [On-line Journal]. <https://goo.su/tYT0fzw>
- Montemayor Ruiz, F. J. (2014). Las retransmisiones televisivas como origen de nuevos requerimientos en la organización de los eventos. *Revista de Comunicación de la SEECI*, (34), 113–133. <https://doi.org/10.15198/seeci.2014.34.113-133>
- Narbona, J., Pujol, J., & Cantoni, L. (2025). The narrative of the popes: words, actions and appearances to outline a character in the public eye. The case of Leo XIV. *Church, Communication and Culture*, 1–18. <https://doi.org/10.1080/23753234.2025.2557189>

PCSC (Pontifical Council for Social Communications). (2002). Ethics in Internet. <https://goo.su/81k9OG4>

Retis, J., Lamuedra, M., y García Matilla, A. (2010). *Los informativos diarios en BBC y TVE: los discursos de sus profesionales y receptores*. Ediciones de la Torre: Madrid.

RTVE (2015). El especial informativo de RTVE 'Fumata Blanca: Habemus Papam', el más visto con 1.566.000 espectadores y 16,6% de la audiencia. <https://goo.su/bpe1h7t>

Scannell, P. (1996). *Radio, television and modern life: A phenomenological approach*. Blackwell: London

Schlesinger, P. (2016). *UK Public Service Media in Transition: Some Brief Reflections*. In: *Colloque International Panam VII, Actes du Colloque, Montreal, Canada*. pp. 94-99. ISBN 9782920752191
<https://eprints.gla.ac.uk/121055/>

Sehl A., Cornia A. y Nielsen, R. M. (2016). *Public Service News and Digital Media*. Reuters Institute, Oxford.
<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/public-service-news-and-digital-media>

Soengas, X; Rodríguez-Castro, M. y Campos, F. (2023) La credibilidad de los informativos de la televisión pública en España. *Revista Comunicar*. <https://www.revistacomunicar.com/pdf/76/c7606es.pdf>

Sørensen, I. E. (2015). The revival of live TV: liveness in a multiplatform context. *Media, Culture & Society*, 38(3), 381-399. <https://doi.org/10.1177/0163443715608260>