

**UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN**



**TESIS DOCTORAL**

**La adopción internacional China en España: análisis de la  
representación mediática en ambos países**

**MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR**

**PRESENTADA POR**

**Xiaoning Cui**

**DIRIGIDA POR**

**Joaquín María Ignacio Aguirre Romero**

Madrid

© Xiaoning Cui, 2024

**UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN**



**TESIS DOCTORAL**

**LA ADOPCIÓN INTERNACIONAL CHINA EN ESPAÑA: ANÁLISIS DE  
LA REPRESENTACIÓN MEDIÁTICA EN AMBOS PAÍSES**

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTORA

PRESENTADA POR

XIAONING CUI

DIRECTOR

DR. JOAQUÍN MARÍA IGNACIO AGUIRRE ROMERO

**UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN**  
**PROGRAMA DE DOCTORADO EN PERIODISMO**



**UNIVERSIDAD**  
**COMPLUTENSE**  
**MADRID**

**TESIS DOCTORAL**

**LA ADOPCIÓN INTERNACIONAL CHINA EN ESPAÑA: ANÁLISIS DE**  
**LA REPRESENTACIÓN MEDIÁTICA EN AMBOS PAÍSES**

**MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTORA**  
**PRESENTADA POR**

**XIAONING CUI**

**DIRECTOR**

**DR. JOAQUÍN MARÍA IGNACIO AGUIRRE ROMERO**

**Madrid, 2024**

## Agradecimientos

He experimentado una emoción indescriptible al empezar a redactar esta parte. No es tarea fácil resumir en tan reducido espacio mis profundos agradecimientos a todas aquellas personas que me han apoyado y guiado durante el largo camino de investigación y redacción de este trabajo.

En primer lugar, quiero manifestar mi respeto y dar las gracias al director y tutor de mi tesis, Joaquín María Aguirre Romero. No habría sido posible llevar a cabo esta investigación sin su constante orientación, animación y paciencia, especialmente con una estudiante que tiende a dar tantas vueltas al material y los recursos antes de plasmar sus ideas. Agradezco su dedicación en nuestras sesiones de tutoría, hora tras hora, ya fuera en los días lluviosos o calurosos de Madrid. Además, aprecio mucho que, aparte del trabajo de tesis, haya cultivado mi interés por las obras clásicas del cine, una ventana muy significativa para mí a fin de experimentar el mundo de otras culturas a través de la pantalla.

En segundo lugar, deseo expresar aquí mi gratitud y amor a mis padres. Siempre han sido ejemplos de vida para mí. No solo somos una familia unida, sino también buenos amigos, y aprendemos juntos. No ha sido simplemente un camino en el que he aprendido con la elaboración de la tesis, puesto que además mis padres también me han confirmado su evolución en su papel como padres. Quiero agradecerles su amor incondicional y las palabras cálidas con que me han apoyado cuando decaían mis ánimos. Muchas gracias por haberme motivado a vivir y experimentar el mundo sin miedo y con colores.

Asimismo, me siento afortunada por tener un grupo de amigos que siempre están a mi lado. Juntos compartimos los momentos buenos y malos de la vida. Entre ellos querría mencionar especialmente a Hanxuan Zhao, Hongling Wu, Qiong Liu, Jiayi Li y Yaqi Zhu. También querría destacar la compañía y comprensión por parte de Israel Ríos, que siempre me apoya cuando me encuentro ante desafíos. Además, gracias a sus chistes pude controlar las ocasiones en que me desbordaban las lágrimas.

Por último, quiero dar mis sinceros agradecimientos a mi casera, y también buena amiga, María Carmen Rodríguez Hernández. Gracias a su cariño, me he sentido como si hubiera tenido una nueva mamá en un lugar tan lejos de mi patria. Gracias otra vez a todas las personas mencionadas, con las que comparto estupendos recuerdos. Y ya, con gran deseo, aguardo el momento de llegar a la siguiente parada del viaje.

## ÍNDICE

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Resumen</b> .....  | <b>8</b>  |
| <b>Abstract</b> .....   | <b>10</b> |
| <b>Parte I</b> .....  | <b>12</b> |
| <b>Introducción</b> .....   | <b>12</b> |
| <b>1. Objeto de la investigación</b> .....                                    | <b>14</b> |
| <b>2. Justificación del tema</b> .....  | <b>15</b> |
| <b>3. Objetivos de la investigación</b> .....                                 | <b>19</b> |
| <b>4. Hipótesis y preguntas de la investigación</b> .....                     | <b>21</b> |
| <b>5. Estado de la cuestión</b> .....   | <b>23</b> |
| <b>6. Marco teórico</b> .....   | <b>32</b> |
| 6.1 La construcción social y la representación de la realidad .....           | 32        |
| 6.2 Los medios de comunicación como mediadores de realidad .....              | 34        |
| 6.3 El lenguaje, el discurso mediático y la noticia .....                     | 37        |
| 6.4 La representación mediática y la percepción pública de la realidad .....  | 39        |
| 6.5 La teoría de la <i>agenda-setting</i> .....                               | 42        |
| 6.5.1 La opinión pública de Walter Lippmann.....                              | 42        |
| 6.5.2 Imágenes mentales y el pseudoentorno .....                              | 42        |
| 6.5.3 Los medios de comunicación y la opinión pública.....                    | 44        |
| 6.5.4 La hipótesis de la teoría de la <i>agenda-setting</i> .....             | 46        |
| 6.5.5 La agenda mediática .....   | 47        |
| 6.6 La teoría del <i>framing</i> .....  | 48        |
| 6.6.1 Origen y definición de la teoría del <i>framing</i> .....               | 50        |
| 6.6.2 La teoría del <i>framing</i> en la comunicación .....                   | 51        |
| 6.6.3 El análisis del <i>framing</i> .....                                    | 52        |
| 6.6.4 Hacia un programa de investigación multiparadigmático .....             | 56        |
| 6.6.5 La imagen mediática, el <i>framing</i> y la <i>agenda-setting</i> ..... | 57        |
| 6.7 La imagen mediática y la representación social .....                      | 59        |
| 6.8 Los medios de comunicación y la construcción de identidad .....           | 60        |

|   |                |
|---|----------------|
| <b>7. Metodología</b> .....   | <b>66</b>      |
| 7.1 El diseño metodológico: investigación mixta.....  | 66             |
| 7.1.1 <i>La teoría del framing y la agenda-setting como enfoques de manera complementaria</i> .....                 | 69             |
| 7.2 Procedimientos de la investigación .....  | 70             |
| 7.2.1 El orden y la división de la tesis .....  | 72             |
| 7.3 Definición del periodo y corpus de investigación .....  | 74             |
| 7.3.1 <i>El periodo de investigación</i> .....  | 74             |
| 7.3.2 <i>El corpus de investigación</i> .....   | 74             |
| 7.3.2.1 Medios españoles: <i>ABC</i> y <i>El País</i> .....   | 74             |
| 7.3.2.2 Medios chinos: <i>Ouhua</i> y <i>Sohu</i> .....   | 75             |
| 7.3.2.3 Otros medios complementarios .....  | 77             |
| 7.4 Definición y clasificación de categorías.....   | 78             |
| 7.4.1 <i>Temas</i> .....  | 78             |
| 7.4.2 <i>Titulares</i> .....  | 81             |
| 7.4.3 <i>Actores y voces</i> .....  | 82             |
| <br><b>Parte II</b> .....   | <br><b>87</b>  |
| <br><i>Aproximación a la adopción internacional China-España y el contexto de su representación mediática</i> ..... | <br><b>87</b>  |
| <br><b>0. Introducción</b> .....  | <br><b>89</b>  |
| <br><b>1. El Proyecto de Adopción Internacional de China</b> .....  | <br><b>90</b>  |
| 1.1 Evolución de la adopción internacional de China .....   | 90             |
| 1.2 El marco legal relacionado con la adopción internacional en China.....  | 92             |
| 1.3 La desaceleración de la Adopción Internacional: China y el mundo .....  | 95             |
| 1.4 Paralelismo y diferencia entre China y la situación de Corea de Sur.....  | 100            |
| <br><b>2. El protagonismo de las niñas en la adopción china</b> .....   | <br><b>103</b> |
| 2.1 Política del hijo único en China y la preferencia por el hijo varón .....                                       | 105            |
| 2.2 Desproporción de género en China .....  | 110            |
| <br><b>3. La adopción internacional en España y su caso con China</b> .....   | <br><b>114</b> |
| 3.1 La evolución de la adopción internacional en España.....  | 114            |
| 3.2 Marco legal de adopción internacional en España .....   | 116            |

|  |            |
|--|------------|
| 3.3 Contexto social del aumento de la adopción internacional en España .....                                   | 118        |
| 3.4 La evolución de la adopción entre China y España.....  | 120        |
| <b>4. La representación mediática de la adopción internacional .....</b>                                       | <b>126</b> |
| 4.1 China como país de origen .....  | 126        |
| 4.1.1 Los nuevos medios y la adopción internacional.....   | 132        |
| 4.2 España como país de acogida .....  | 135        |
| <b>5. La Adopción Internacional China-España como acontecimiento mediático</b>                                 | <b>139</b> |
| 5.1 La emisión del documental <i>Las habitaciones de la muerte</i> como inicio.....                            | 139        |
| 5.2 La atención mediática a la Generación Mei-Ming (Generación sin nombre)                                     | 140        |
| <b>Parte III.....</b>  | <b>146</b> |
| <b>Capítulo I. Representación noticiosa de la Adopción Internacional China-España en medios españoles.....</b> | <b>146</b> |
| <b>0. Introducción .....</b>   | <b>148</b> |
| <b>1. Evolución y distribución de noticias .....</b>   | <b>149</b> |
| 1.1 Evolución y distribución de noticias de <i>ABC</i> .....   | 149        |
| 1.2 Evolución y distribución de noticias de <i>El País</i> .....   | 150        |
| <b>2. Temas, relevancia y evolución histórica .....</b>  | <b>152</b> |
| 2.1 Distribución y relevancia de temas en <i>ABC</i> .....   | 152        |
| 2.2 Distribución y relevancia de temas en <i>El País</i> .....   | 154        |
| 2.3 Distribución de temas en medios españoles .....  | 155        |
| 2.4 Evolución histórica de los temas en <i>ABC</i> .....   | 157        |
| 2.5 Evolución histórica de los temas en <i>El País</i> .....   | 163        |
| <b>3. Titulares.....</b>   | <b>166</b> |
| 3.1 Distribución de titulares en <i>ABC</i> .....  | 166        |
| 3.2 Titulares designativos en <i>ABC</i> .....   | 166        |
| 3.3 Titulares declarativos en <i>ABC</i> .....   | 168        |
| 3.4 Titulares evocadores y símbolos en <i>ABC</i> .....  | 169        |
| 3.4.1 La figura de cigüeña en la construcción de origen de los adoptados .....                                 | 170        |
| 3.4.2 Ojos rasgos como construcción latente del origen de los adoptados .....                                  | 173        |
| 3.4.3 El color verde y la adopción con necesidades especiales .....  | 176        |

|  |            |
|--|------------|
| 3.5 Distribución de titulares en <i>El País</i> .....  | 178        |
| 3.6 Titulares designativos en <i>El País</i> .....   | 178        |
| 3.7 Titulares declarativos en <i>El País</i> .....   | 179        |
| 3.8 Titulares temáticos en <i>El País</i> .....  | 180        |
| 3.9 Titulares evocadores en <i>El País</i> .....   | 180        |
| <b>4. Actores y voces en las noticias .....</b>  | <b>182</b> |
| 4.1 Actores en <i>ABC</i> .....  | 182        |
| 4.2 Voces en <i>ABC</i> .....  | 183        |
| 4.3 Actores en <i>El País</i> .....  | 184        |
| 4.4 Voces en <i>El País</i> .....  | 185        |
| <b>5. Imágenes mediáticas de los participantes en la adopción internacional .....</b>                        | <b>191</b> |
| 5.1 Los adoptados y su identidad cultural .....  | 191        |
| 5.2 Los padres adoptivos .....   | 193        |
| 5.3 Los Organismos Acreditados españoles para la Adopción Internacional .....                                | 194        |
| 5.4 Las instituciones chinas en los medios españoles .....   | 196        |
| <b>6. Framing de la adopción internacional entre China y España .....</b>                                    | <b>197</b> |
| 6.1 “Facilidades, transparencia y rapidez” en la etapa de aumento.....                                       | 197        |
| 6.2 “Endurecimiento de requisitos” en la etapa de caída .....  | 199        |
| 6.3 La “política del hijo único” .....   | 203        |
| 6.4 Desde el gesto de solidaridad hasta la “adopción no es un acto de caridad” .                             | 204        |
| 6.5 Orfanatos en la adopción internacional .....   | 207        |
| 6.6 Aeropuerto como espacio connotativo en la adopción internacional .....                                   | 208        |
| <b>Parte III.....</b>  | <b>212</b> |
| <b>Capítulo II. Representación noticiosa de la Adopción Internacional China-España en medios chinos.....</b> | <b>212</b> |
| <b>0. Introducción .....</b>   | <b>214</b> |
| <b>1. Evolución y distribución de noticias .....</b>   | <b>216</b> |
| <b>2. Temas, relevancia y evolución histórica .....</b>  | <b>218</b> |
| 2.1 Distribución y relevancia de temas <i>Ouhua</i> y <i>Sohu</i> .....                                      | 218        |
| 2.2 Evolución histórica de los temas .....   | 219        |

|  |            |
|--|------------|
| <b>3. Titulares.....</b>   | <b>225</b> |
| 3.1 Distribución de titulares según funciones comunicativas.....   | 225        |
| 3.2 Titulares designativos .....   | 226        |
| 3.2.1 Selección léxica en los titulares designativos.....  | 229        |
| 3.2.2 La designación de los adoptados en los titulares designativos.....                                   | 229        |
| 3.2.3 Otros usos léxicos en los titulares designativos .....   | 233        |
| 3.3 Titulares declarativos.....  | 234        |
| 3.4 Titulares expresivos.....  | 236        |
| 3.5 Titulares evocadores .....   | 237        |
| <b>4. Actores y voces en las noticias .....</b>  | <b>241</b> |
| 4.1 Actores en los medios chinos .....   | 241        |
| 4.2 Voces en los medios chinos.....  | 244        |
| <b>5. Imágenes mediáticas de los participantes en la adopción .....</b>                                    | <b>248</b> |
| 5.1 La imagen de los adoptados.....  | 248        |
| 5.2 La imagen de los padres adoptivos españoles .....  | 258        |
| 5.3 La imagen de las familias biológicas.....  | 260        |
| 5.4 La imagen nacional en los medios de comunicación .....   | 262        |
| 5.4.1 La imagen del país de origen .....   | 265        |
| 5.4.2 La imagen del país de recepción en los medios chinos.....  | 268        |
| <b>6. Framing de la adopción internacional China-España en medios chinos.....</b>                          | <b>271</b> |
| <b>Parte IV.....</b>   | <b>274</b> |
| <b><i>Representación visual en las noticias chinas y españolas sobre la adopción China-España.....</i></b> | <b>274</b> |
| <b>0. Introducción .....</b>   | <b>276</b> |
| <b>1. La representación visual en los medios españoles (ABC y El País).....</b>                            | <b>278</b> |
| 1.1 Características principales de la representación visual.....   | 278        |
| 1.2 Figuras del contexto humano en la representación visual .....  | 279        |
| 1.2.1 Relación familiar en la representación visual.....   | 280        |
| 1.3 Símbolos culturales chinos en la representación fotográfica.....                                       | 284        |
| 1.4 Representación del orfanato y el estado de los menores .....   | 285        |

|   |            |
|---|------------|
| <b>2. Representación visual en los medios chinos (<i>Ouhua</i> y <i>Sohu</i>) .....</b>       | <b>287</b> |
| 2.1 Características principales de la representación visual china .....                       | 287        |
| 2.2 Figuras del contexto humano en la representación visual .....                             | 288        |
| 2.2.1 <i>La representación de la conexión con la raíz de los adoptados</i> .....              | 291        |
| 2.4 Los menores en la representación visual .....   | 295        |
| 2.3 Símbolos culturales en la representación visual .....                                     | 297        |
| <br><b><i>Conclusiones</i>.....</b>   | <b>302</b> |
| <br><b><i>Bibliografía</i> .....</b>  | <b>317</b> |
| <br><b><i>Listado de Figuras</i>.....</b>   | <b>332</b> |
| <br><b><i>Listado de Tablas</i>.....</b>  | <b>335</b> |
| <br><b><i>Anexo</i>.....</b>  | <b>337</b> |
| Noticias de los medios españoles ( <i>ABC</i> ) .....   | 337        |
| Noticias de los medios españoles ( <i>El País</i> ) .....                                     | 341        |
| Noticias de los medios chinos ( <i>Ouhua</i> : 欧华).....                                       | 344        |
| Noticias de los medios chinos ( <i>Sohu</i> : 搜狐).....  | 346        |
| Noticias de los medios chinos complementarios ( <i>Eulam</i> : 欧浪).....                       | 348        |
| Noticias de los medios chinos complementarios ( <i>Agencia de Noticias Chinas</i> : 中新网)..... | 350        |

## Resumen

El presente estudio tiene como objeto la representación noticiosa longitudinal en el periodo 1997-2020 sobre la adopción internacional, tanto desde el punto de vista del país de origen (China) como del país de acogida (España). Nuestro objetivo en la investigación consiste en averiguar cuáles son las versiones de las “realidades” que se están difundiendo sobre la temática en los medios de ambos contextos, con el fin de enriquecer nuestra comprensión sobre los significados sociales complejos vinculados con dicho fenómeno.

La adopción internacional entre China y España, como fenómeno de interés social y mediático, experimentó un incremento significativo a partir de los años 90. Hasta el año 2020, hubo más de 16.000 menores de origen chino adoptados por familias españolas.

Los medios de comunicación juegan un papel mediador entre los receptores y las realidades sociales que están fuera de su alcance. Las representaciones mediáticas no implican un reflejo preciso de las realidades objetivas del mundo. Cada medio tiene sus estrategias de elaboración al tratar temáticas diferentes. Este proceso mediante el que los medios de comunicación seleccionan y enfatizan los temas, así como cuidan el uso del lenguaje, los signos y las imágenes (*agenda-setting* y el *framing*) para construir significados puede condicionar una serie de realidades mediáticas. Y estas realidades, tamizadas por los medios, acaban por moldear la percepción del público sobre la adopción entre ambos países, así como su conocimiento sobre los adoptados, los adoptantes y las familias biológicas.

Se ha aplicado el método mixto como diseño metodológico teniendo en cuenta la fuerza global que otorga dicho método por su combinación de perspectivas cuantitativas y cualitativas al examinar el tratamiento informativo. En la parte del análisis, ponemos el foco en los componentes y el uso de lenguaje de las noticias relacionadas de *ABC*, *El País*, *Ouhua* y *Sohu*.

En esta investigación revelamos que los medios chinos y españoles muestran estrategias diferentes y características propias en la representación de la misma temática. Los medios chinos, por ejemplo, tienden a centrarse en plasmar la conexión de la familia adoptiva, especialmente de los adoptados, con la cultura de su país de origen y reflejan sus acciones en cuanto a la búsqueda del origen, mientras que los medios españoles ponen

más énfasis en los temas vinculados con el marco jurídico, el contexto y el proceso de la adopción internacional.

En cuanto a las formas de contextualización del fenómeno, los medios españoles dedican espacio a la distribución de las causas, es decir, a la explicación de las circunstancias socioculturales y políticas por las que surgió la adopción internacional entre ambos países, hallazgos que no encontramos en los medios chinos.

Asimismo, examinamos cómo la sinergia de los elementos visuales y textuales en la cobertura noticiosa contribuye a la producción de significado y a la construcción de un imaginario colectivo respecto a la adopción internacional. Notamos que la representación visual de la relación familiar constituye el principal enfoque en las noticias de ambos medios de comunicación. Los símbolos culturales han contribuido a la producción de significados que son aplicables a los esquemas mentales de los lectores de ambos contextos.

El análisis ha confirmado la ausencia de las voces de las familias biológicas en la cobertura mediática de ambas partes. De hecho, su imagen queda condicionada por las construcciones ajenas, hasta el punto de que se les asocia con atributos estigmatizados que destacan su irresponsabilidad. En cuanto a los padres adoptivos y los adoptados, se aprecian representaciones equilibradas y positivas en ambos medios.

**Palabras claves:** representación noticiosa, adopción internacional, imagen mediática, adoptados, familia adoptiva, China, España.

## Abstract

The present research aims to analyze the longitudinal news coverage of international adoption during the period 1997-2020, focusing on both the perspective from the origin country (China) and the host country (Spain). The objective of our study consists in investigate the versions of “realities” that were disseminated in the media of both contexts, with that we hope to enrich our understanding of the complex social meanings associated with this phenomenon.

The international adoption between China and Spain, as a phenomenon of considerable social and media interest, has experimented a significant increase since the 1990s. Until 2020, more than 16.000 children of Chinese origin had been adopted by Spanish families.

The media of communication play a mediating role between audiences and social realities that are beyond their reach. Media representation does not imply an impeccable reflection of the objective realities. Each media has its own strategies and framings when they represent and addressing different topics. This process, through which the media select the use of language, symbols and images to construct meanings, can produced a series of mediated realities. These realities, filtered by the media, ultimately shaped the public’s opinion and perception of the adoption between the two countries, as well as their knowledge of adoptees, adoptive parents and biological families.

A mixed-methods approach has been applicated as the methodological design, considering the comprehensive strength provides by combining quantitative and qualitative perspectives in examining news coverage. In the analysis section, we have focused on the components of news and use of languages in related news articles collected from *ABC*, *El País*, *Ouhua* and *Sohu*.

In this research, we have revealed that Chinese and Spanish media applied different strategies and shown different characteristics in their representation of the same topic. Chinese media, for example, tend to draw their attention on depicting the connection of the adoptive family, particularly the adoptees, with their country of origin's culture and presenting their actions about finding the roots of the adoptees. In contrast, Spanish media place more emphasis on issues related to the legal framework, context, and process of international adoption.

Regarding the contextualization of the phenomenon, Spanish news media allocate space to discussing the causes of the event, explaining the sociocultural and political circumstances that led to the emergence of international adoption between the two countries—findings that are not observed in Chinese media.

Furthermore, we examined how the synergy between visual and textual elements in news coverage contributes to meaning production and the construction of a collective imaginary about the international adoption. We observed that the visual representation of family relationships constitutes the primary focus in the news of media of both countries. Cultural symbols have contributed to producing meanings that resonate with the mental frameworks of readers in both contexts.

The analysis has confirmed the absence of voices from biological families in the media coverage. In fact, their media portrayal is conditioned by external constructions, associated with stigmatized attributes that highlighted their irresponsibility. In respect of adoptive parents and adoptees, balanced and positive representations are evident in both media coverage.

**Key words:** news coverage, international adoption, media image, adoptees, adoptive family, China, Spain.

## **Parte I**

### **Introducción**



## 1. Objeto de la investigación

El objeto de la presente investigación consiste en el análisis de la representación noticiosa longitudinal del país de origen (China) y el país de acogida (España) sobre la temática de la adopción entre ambos países durante 1997-2020. Dicha representación se realiza principalmente a través de reportajes y artículos noticiosos en los medios de comunicación españoles (*ABC* y *El País*) y chinos (*Ouhua* y *Sohu*), que dan cobertura a este fenómeno de la adopción internacional. Esto implica obviamente el conocimiento del caso desde la dimensión de las realidades sociales asociadas para poder acercar el hecho originario a su representación. La adopción internacional entre China y España ha sido un hecho social bien localizado en el tiempo y con un desarrollo posterior, y ha adquirido un carácter multidimensional debido a las circunstancias intersocioculturales, económicas y jurídicas, así como a la emergencia del nuevo modelo familiar.

Los medios de comunicación tienen la capacidad de moldear la percepción del público sobre las *realidades* y condicionar en qué piensa este sobre los asuntos públicos y sus actores. Han sido especial objeto de atención la representación de la adopción internacional entre ambos países en sí misma y los principales participantes (adoptados, adoptantes, Organismos Acreditados para la Adopción Internacional<sup>1</sup>, instituciones públicas...).

Creemos que se nos ofrece la oportunidad de estudiar, por un lado, los aspectos culturales, históricos y sociales derivados de la adopción y de cómo los medios de comunicación otorgan significado y definen dichos aspectos. Y, por otra parte, se nos presenta también la posibilidad de una aproximación a la representación mediática de las personas, organismos e instituciones desde diferentes puntos de vista de los medios de comunicación de la sociedad de origen y de la sociedad de acogida de la adopción.

---

<sup>1</sup> Las Entidades Colaboradoras de la Adopción Internacional (ECAI) se ocupan de asesorar a los adoptantes y realizar todo trámite relacionado con la adopción en España y en el país de origen de los menores, y a partir del año 2015, cambiaron su nombre como Organismos Acreditados de la Adopción Internacional (OAAI) (Anzil, 2013; Vázquez Colomo, 2016), en más adelante se aplica OAAI para referirse a dichas entidades, aunque en las noticias solemos ver el uso de ECAI.

## 2. Justificación del tema

La adopción internacional es un hecho social que trasciende las fronteras y pretende proporcionar un nuevo hogar y amparo a los niños que no pueden encontrar una familia adoptiva adecuada en su propio país. Dicho fenómeno no es un tema exento de polémica, ya que implica cuestiones complejas a nivel jurídico, sociocultural y económico. Desde que China abrió la adopción internacional a principios de la década de 1990, más de 150.000 niños de origen chino han encontrado familias en el extranjero. De ese modo, el país se destaca como el mayor lugar de origen de esta práctica en los últimos veinte años (Selman, 2024).

Al mismo tiempo, España se posiciona como el segundo país que más adopciones internacionales realiza en el mundo a partir de 2001, y también como el segundo país en cuanto a adopciones de niños de origen chino, ambos por detrás de Estados Unidos, cuya población es notablemente mayor que la de España. En el periodo que va del 1997 al 2020, en España se adoptaron 16.325 niños chinos. A partir de ahí se condiciona un nuevo modelo familiar como resultado de la práctica adoptiva en la sociedad española.

Junto con el interés social acelerado por las prácticas de la adopción internacional, se ha observado una proliferación de los estudios sobre este fenómeno en los últimos veinte años, especialmente desde la perspectiva de las ciencias sociales (trabajo social, psicología, antropología, historia) y los medios de comunicación. Los conocimientos conseguidos en diferentes disciplinas y perspectivas, tal como concluye Anzil (2013b), se complementan y contribuyen en conjunto al “intento de comprensión de este objeto tan polifacético” (Anzil, 2013b).

La realidad social no se presenta de forma objetiva y en su totalidad directamente al público. Los discursos en los medios de comunicación que consiguen producir significados con el lenguaje, signos e imágenes constituyen una vía importante a través de la que el público puede tener acceso a un mundo sobre el que no tiene experiencia directa. Estas realidades representadas mediáticamente, que pueden ser sesgadas y parciales, acaban formando parte del conocimiento público del entorno real y repercuten en su interacción con los miembros sociales, la percepción de los valores y los fenómenos de otros contextos socioculturales.

Los contenidos representados en los medios de comunicación no solo determinan en qué piensa el público, sino también cómo se debe pensar acerca de ciertos temas. Para

el público, sobre todo para quienes no tienen experiencia directa con las prácticas de adopción internacional, los contenidos mediáticos son la principal fuente para conocer las condiciones de los adoptados y la evolución del hecho en sí mismo. Las representaciones mediáticas dan prioridad a ciertos temas en torno a la adopción internacional China-España, y también condicionan el imaginario colectivo de los actores e instituciones involucradas en la práctica. Al mismo tiempo, la representación en los medios de comunicación de esta temática no es reflejo de la realidad objetiva. La selección de recursos, el énfasis e incluso la ausencia de ciertos elementos de la realidad percibida condicionan diferentes versiones de las historias contadas. Así, se condicionan diferentes enfoques en cuanto a las definiciones del asunto, las interpretaciones de causa y las evaluaciones para los ciudadanos del país de origen y el país de acogida.

En 1995 se emitió el documental *Las habitaciones de la muerte* en el programa *Documentos TV*, que mostró las preocupantes condiciones de vida de los menores chinos en orfanatos. Su emisión provocó un gran impacto en la sociedad española y fue el detonante para la adopción mayoritaria de niñas procedentes de este país. Después de más de veinte años, las primeras niñas adoptadas ya tenían edad para afrontar otros temas significativos en el ciclo vital. En el año 2014, el director salmantino David Gómez Rollán filmó con su equipo la película documental *Generación Mei-Ming, mirada desde la adolescencia*, que mostraba la vida de seis chicas adoptadas por familias españolas y exponía sus sentimientos en el proceso de integración y su confusión acerca de su identidad cultural y la búsqueda de su origen.

Al ser una estudiante china que estudia en Madrid, y además nacida en la misma generación que las primeras chicas que llegaron a España, me sentí atraída e inspirada por las historias que se relataban en ese documental desde la perspectiva de las propias adoptadas y sus padres. Me llamaba la atención el cruzarme por las calles con unos padres españoles junto con una chica con quien comparto rasgos fenotípicos. Las dudas sobre el contexto histórico del fenómeno y la curiosidad sobre qué pensaban los ciudadanos españoles y chinos sobre este tema, y las propias niñas, me llevó a indagar más en busca de reportajes, artículos y entrevistas publicadas por los medios acerca de este fenómeno. Si se tiene presente la relevancia y la repercusión de este asunto, sorprende que en la práctica no encontremos en China estudios sobre este fenómeno multidimensional entre China y España. De igual modo, también escasean las investigaciones al respecto en España, que estudia el tratamiento informativo del asunto desde la perspectiva del país de origen. Todo

esto me motivó para llevar a cabo una investigación sobre la representación de la adopción tanto en los medios del país de origen como del país de acogida. Mi objetivo era averiguar qué se estaba contando en los medios de comunicación cuando se hablaba de la adopción internacional.

A partir de esta premisa, resolví ahondar en diferentes aspectos que encontré de gran relevancia para la presente investigación. En primer lugar, el análisis de la representación noticiosa nos proporciona la posibilidad de conocer las maneras de definir las diferentes posturas en torno a la adopción internacional en los contextos socioculturales de China y España. Al mismo tiempo se revelan temas y enfoques que suscitan una atención y preocupación distintas en función del país de origen y el país de acogida, hasta el punto de llegar a construir realidades disímiles al respecto, las cuales orientan las emociones y la opinión pública. El estudio nos ayuda a conocer las actitudes difundidas en los medios sobre el fenómeno de la adopción internacional, la transformación del concepto de parentesco en este nuevo contexto, así como la construcción discursiva del origen de los adoptados y su identidad cultural.

En segundo lugar, el análisis de las noticias en medios chinos y españoles sobre esta temática compleja implica una perspectiva interdisciplinar de comunicación, sociología, psicología y derecho. En este sentido, se requiere una visión apropiada e integral acerca de las cuestiones relativas a las adopciones para investigar los tratamientos informativos que pueden tener implicaciones en el panorama cultural, social y normativo de la adopción internacional; entre otros, resulta esencial nuestra comprensión de los procedimientos y el desarrollo histórico de la adopción internacional China-España, lo cual nos da la oportunidad de lograr un conocimiento más holístico del fenómeno en sí.

Por último, los estudios existentes se centran en cómo los medios de comunicación de los países de acogida de la adopción internacional representan a los participantes y el fenómeno. Desde el nivel del objeto de investigación, este estudio viene a llenar el vacío de análisis de la representación mediática desde la doble perspectiva del país de origen y el país de acogida.

La novedad de la presente investigación reside en que no solo examinamos la cobertura del país de acogida (España), sino también la cobertura del país de origen (China) para detectar las similitudes y diferencias en sus formas de representación de un mismo evento. Por otra parte, no hemos encontrado trabajos previos que aborden la im-

portancia de las imágenes en las noticias, cuya importancia en la transmisión de significados y relaciones interpersonales es equiparable a la de los textos en el ámbito de la adopción internacional.

Al poner el foco tanto en las imágenes como en el texto de los discursos noticiosos, nuestro estudio enriquece significativamente la experiencia de la información periodística en el tema de la adopción internacional desde una perspectiva multimodal.

### 3. Objetivos de la investigación

La presente investigación tiene como objetivo principal analizar cómo los medios chinos y españoles seleccionan, enfatizan y emiten la información al construir las noticias para representar las realidades en torno a la adopción internacional, en concreto el caso entre China y España.

Nuestra aspiración es lograr una comprensión del fenómeno en su conjunto, del hecho y de su representación mediática en el país de origen y en el de acogida. El estudio se centra en el tratamiento informativo sobre dicho proyecto y la imagen que se ha producido en torno a sus principales protagonistas (los adoptantes, los adoptados y los Organismos Acreditados para la Adopción Internacional)<sup>2</sup>, así como la actitud del país de origen (China) y del país de acogida (España). Esto implica obviamente el conocimiento del caso desde la realidad social para poder relacionar la representación con el hecho originario.

El análisis se realizará principalmente bajo la perspectiva de la teoría del *framing* y la teoría de *agenda-setting*. Mediante este enfoque exploraremos la relevancia de los temas tratados y las huellas del encuadre que se manifiestan en los discursos periodísticos de ambos medios. De este modo, podremos examinar las interpretaciones específicas y las actitudes que transmiten los medios del país de origen y el país de acogida sobre el asunto tratado. Además, se intentarán extraer características específicas del *framing* con respecto a la temática a fin de ofrecer una base y aportación para las futuras líneas de estudio. Para alcanzar el objetivo principal y final se considera necesario cumplir los siguientes objetivos secundarios:

1. Explorar la evolución de la publicación de noticias en los medios.
2. Identificar la selección de temas de los medios chinos y españoles.
3. Identificar las principales tendencias temáticas de los medios, mostrando los temas que acaparan mayor-menor cobertura informativa en ambos casos según su frecuencia a lo largo del tiempo.

---

<sup>2</sup> Los Organismos Acreditados para la Adopción Internacional son entidades sin ánimo de lucro cuya función es intermediar en los procesos de adopción internacional. También son conocidos ampliamente como Entidades Colaboradoras de la Adopción Internacional.

4. Cuantificar las tipologías de titulares según las funciones comunicativas.
5. Explorar los principales actores en las noticias y las voces que han podido dar a conocer sus propias opiniones.
6. Clasificar las imágenes utilizadas en las noticias para realizar un análisis multimodal y revelar las características de la representación visual de la temática.
7. Explorar el uso de los recursos discursivos en cuanto a la organización textual y la transmisión de sentido bajo diferentes contextos socioculturales —China y España— referidos a la adopción internacional.
8. Obtener una versión más cercana sobre las formas de identificación o caracterización de los participantes (los adoptados, los adoptantes, las entidades colaboradoras de la adopción...).
9. Concluir las características en torno a la definición del problema, atribución de causas, propuesta de “soluciones” y “valoración moral” en ambos medios con respecto a la temática, con el fin de explorar qué versión de la historia se está contando sobre la adopción internacional en los medios del país de origen y acogida.

Todo ello nos permite analizar la representación mediática de la adopción internacional entre China y España como un hecho social y un acontecimiento mediático en dos sociedades lejanas pero conectadas por este punto —la adopción—, así como explorar los recursos utilizados y los enfoques aplicados a la hora de configurar las imágenes de los principales participantes de la adopción, los adoptados, los padres adoptivos y los padres biológicos. Asimismo, la aplicación de la teoría de *agenda-setting* y la teoría del encuadre ofrece una vía para examinar las características de la cobertura noticiosa de ambos países sobre un mismo evento a lo largo de casi dos décadas, teniendo en cuenta los valores culturales como variables definitorias en el proceso de producción de significados en determinados contextos.

De esta manera se rellena el vacío académico de España y China sobre la representación noticiosa de la adopción que se realiza entre ambos países. Al mismo tiempo, las reflexiones y críticas que se realicen sobre la base de los resultados del estudio empírico podrían impulsar la mejora de la comunicación y la comprensión sobre el tema de la adopción internacional, así como sensibilizar al público sobre las situaciones que afrontan los adoptados y la familia adoptiva.

#### 4. Hipótesis y preguntas de la investigación

A continuación, se plantean una serie de preguntas de investigación e hipótesis a modo de orientaciones estructurales para la investigación. Por un lado, funcionan como enfoques de análisis que pretendemos abordar y a las que trataremos de contestar en cada parte del estudio. Por otro, las respuestas nos servirían de guía para comprender de manera integral la representación mediática por parte de China y España sobre la temática.

- Hipótesis 1:

Los medios chinos y los medios españoles presentan diferencias en cuanto a la selección y énfasis de los temas tratados.

- Hipótesis 2:

Los medios de ambos países suelen utilizar titulares sensacionalistas para contar las historias relativas a la adopción internacional y sus participantes con el fin de atraer la atención pública.

- Hipótesis 3:

En los medios de comunicación de ambos países las familias biológicas quedan ausentes.

- Hipótesis 4:

Los medios chinos y españoles aplican diferentes estrategias a la hora de contextualizar la adopción internacional entre ambos países.

Aparte de las hipótesis que se suponen ser preguntas cerradas que intentamos averiguar nuestro objetivo de investigación bajo la perspectiva cuantitativa, hemos planteado una serie de preguntas abiertas con el fin de conseguir descubrimientos más detallados en el análisis cualitativo.

- Pregunta 1:

¿Cambian los temas a los que prestan atención los medios en diferentes etapas de la adopción?

- Pregunta 2:

¿Qué imagen se da sobre los adoptados y padres adoptivos en ambos medios?

- Pregunta 3:

¿Quiénes tienen la mayor visibilidad y pueden dar su propia opinión en la representación noticiosa en los medios chinos y españoles?

- Pregunta 4:

¿Cuáles son las características de las representaciones visuales más en la adopción internacional China-España en ambos medios?

## 5. Estado de la cuestión

Zhao (2019) indicó que la adopción internacional constituye un tema que requiere una atención constante. La investigación sobre la temática de la adopción internacional en el área de comunicación es relativamente nueva en comparación con otros enfoques de las ciencias sociales (Ballard, 2015). Concretamente, los estudios en relación con los medios de comunicación y el discurso público sobre el *issue* implican análisis de los mensajes transmitidos en los telediarios, los programas de televisión, las páginas web y los periódicos con el fin de obtener una visión más cercana sobre cómo se encuadra y trata la adopción internacional en la cobertura mediática. A pesar de que los estudios centrados en los contenidos mediáticos todavía no han formulado una línea de investigación consistente, han contribuido a los conocimientos y a la investigación sobre el tema.

Los estudios acerca de los medios de comunicación abarcan contenidos tanto sobre la adopción en general como sobre la adopción internacional específicamente. Además de investigar las formas de contextualizar y definir las prácticas de la adopción internacional, se debate sobre las figuras de la sociedad de origen, de acogida, los adoptados y los adoptantes.

Existen trabajos anteriores que han revelado que la representación mediática sobre adopción suele ser significativamente negativa, a pesar de los resultados positivos asociados a la adopción para la mayoría de los niños y padres (Fisher, 2003; Jacobson, 2014; Kline *et al.*, 2006, 2009; Waggenspack, 1998; Wegar, 2000), lo cual perpetúa la estigmatización de la adopción; además, las coberturas hacia los participantes no son equilibradas y se evidencia una falta de diversidad de las experiencias compartidas por estos.

La revisión de las investigaciones anteriores revela que la mayoría de ellas se centra en la representación mediática de la adopción internacional en los países de acogida, y no en los países de origen. Los estudios localizados en España abordan de manera panorámica la representación de la adopción internacional en la prensa española (Anzil, 2011, 2013a, 2013b) y la imagen mediática de las Entidades Colaboradoras de la Adopción Internacional (Anzil, 2012). Además, Bertrán (2012) ha examinado desde una perspectiva histórica y antropológica el contexto de la circulación de los menores chinos y las circunstancias socioculturales del Proyecto de Adopción Internacional entre China y España. En su trabajo, la investigadora también ha aportado observaciones sobre los efectos

de los medios de comunicación en la creación de una atmósfera de “solidaridad” en la sociedad española respecto a la adopción de los niños chinos.

En el caso de los estudios relacionados en China, la mayoría se enfoca en la adopción internacional entre China y Estados Unidos. Estos estudios han analizado el protocolo jurídico tanto en el contexto chino como en el internacional, el contexto histórico, así como la justificación del fenómeno (Jiang, 2005; Tong, 2007; Huang et al., Zhao, 2019). Se identifica a los adoptados como un perfil emergente dentro de la diáspora china en la sociedad estadounidense (Wan, 2010). Además, las características de interculturalidad y transaccionalidad asociadas con el fenómeno han dirigido la atención académica hacia la integración social de los adoptados y el proceso de construcción de identidad (Tong, 2007; Yu, 2012).

Las estrategias de los padres adoptivos en la socialización en este contexto bicultural también han sido objeto de discusión en los estudios chinos. Fan (2004) ha argumentado que la preocupación por los problemas raciales en la sociedad estadounidense es el principal motor que impulsa a los padres adoptivos estadounidenses a fomentar en sus hijos la identidad cultural china. Además de la integración de los niños en los hogares y la oportunidad para los adoptantes de convertirse en padres a través de esta vía, la promoción de la cultura china es otro de los resultados positivos de la adopción internacional (Tong, 2007). En consecuencia, la falta de estudios específicos sobre las circunstancias socioculturales de la adopción entre China y España, así como sobre la representación de esta temática teniendo en consideración el papel significativo de China y España en el panorama global del asunto, ha sustentado la necesidad y la importancia de nuestra investigación.

Según Kline *et al.* (2009), las noticias televisivas analizadas pusieron el foco en los eventos adversos al asociar la adopción con “la delincuencia, los casos negativos de la adopción internacional y la corrupción en la adopción” (p. 66). En el estudio, alrededor de un tercio de las historias examinadas eran exclusivamente negativas, mientras que las otras dos, aunque negativas, incluían alguna descripción positiva de los adoptados y sus familias. Aunque puede que las adopciones nacionales sean reconocidas como “legítimas” por el público, las adopciones internacionales siguen enfrentándose a numerosas cuestiones sobre el motivo y los resultados que otras familias nunca afrontan (Waggenpack, 1998, p. 59).

Las noticias sobre la adopción internacional tienden a informar sobre lo noticiable o lo dramático. Cuando las actividades de adopción se convierten en noticia, a menudo la historia que se difunde es potencialmente estigmatizada. Tal como comenta la directora de la ACI<sup>3</sup>, Blanca Rudilla:

Solo les interesa el sensacionalismo; el que vengan 10.000 niños en una adopción transparente, con trámites legales y todo correcto no es noticia. Lo único que quieren son los titulares escandalosos que desvirtúan la realidad y preocupan a cientos de familias que están en trámites. También interesan los famosos, pero no la lectura de qué bien que esta mujer haya acogido sino qué mal que esta señora está adoptando mucho más rápido que otros (citado en Marcos, 2011, p. 188).

El discurso público está constituido a golpe de efecto retórico (Condit, 1990). Sin duda alguna, esa retórica influye en nuestro conocimiento del mundo en que vivimos, y la forma en que el discurso público encuadra la adopción determina en última instancia nuestras actitudes hacia ella. Por ejemplo, “la adopción puede presentarse como algo positivo o negativo, normal o desviado, aceptable o inaceptable” (Ocón Domingo, 2005; Struve, 2005, p. 86). Así pues, el tratamiento informativo que hacen los profesionales con la adopción en general, y en nuestro caso, con la adopción internacional merece ser estudiado, porque nos ayuda a entender de qué estamos hablando socioculturalmente cuando tratamos sobre la temática.

Los investigadores argumentan que los titulares de las noticias pueden reforzar los estigmas de la adopción a través de la selección de léxico para captar la atención de los lectores. Términos descriptivos como “roto”, “desgarrador” y “desgarro más profundo” proporcionan señales evidentes de las circunstancias problemáticas que rodean la adopción de niños (Morton y Shelton, 2019, p. 43). En consecuencia, este tipo de asociación negativa que aparece en las noticias acerca de la adopción puede llevar a que el público experimente una crisis representacional cuando menciona o piensa sobre la adopción internacional, debido al conocimiento parcial y a la falta de una orientación positiva, lo cual,

---

<sup>3</sup> ACI se refiere a la Asociación para el Cuidado de la Infancia (<https://-aciadopcion.org->), que fue el primer Organismo Acreditado en Adopción Internacional español por el Centro Chino de Adopción de Pekín (CCCWA) en diciembre de 1997.

según Waggenspack (1998), es producto del establecimiento de agenda por parte de los medios masivos.

El contenido dramático —incluso sensacionalista— en los medios puede influir en la percepción del público hacia el mundo exterior y posteriormente en sus decisiones. Los encuadres negativos promueven la idea de que la adopción internacional está cargada de incertidumbre, problemas y peligros, especialmente para los adoptantes. Desde el punto de vista de los que desean realizar la adopción, los *framings* aplicados en los contenidos mediáticos podrían influir sutilmente en su toma de decisiones a la hora de adoptar (Jacobson, 2014).

En el estudio sobre la representación respecto al tema de la adopción, se ha observado que las tergiversaciones de los medios de comunicación fabrican y continúan los mitos sobre las familias adoptivas, los adoptados y el proceso de adopción (Waggenspack, 1998). Según Anzil (2013a), la prensa juega un papel significativo en la construcción de los imaginarios colectivos relacionados con la adopción internacional a través del uso del lenguaje y la aplicación de los patrones socioculturales, que al final pueden influir en la opinión pública.

Por todo aquello, nos interesa saber cómo ha sido la agenda noticiosa en el caso de la adopción entre China y España, así como si se han aplicado titulares sensacionalistas que contribuyen a la estigmatización de la práctica y sus principales participantes. Además, también nos resulta un aspecto de interés indagar las formas en que se representa el sistema de adopción chino en ambos países.

### Las sociedades de origen y de acogida

La representación mediática condiciona una serie de atributos que se vinculan con los principales participantes de la adopción internacional, y también con los países de origen y de acogida. Anzil (2013b) concluye que en general, al describir los países de origen, estos suelen asociarse con “guerras, inestabilidad, miseria, falta de seguridad, violencia, corrupción gubernamental, devastación, y extrema pobreza” (p. 197). Creemos que, en realidad, estos contenidos mediáticos permiten a los lectores relacionar de forma natural a los posibles adoptados con condiciones de vida preocupantes y derechos inseguros, lo cual acaba generando su compasión y preocupación. En este sentido, los adoptantes tienen una impresión predominantemente negativa sobre las condiciones de vida

de los ciudadanos del país de origen de sus hijos. Cabe señalar que Anzil (2013b) destaca que en los medios de comunicación españoles se retrata positivamente a los países como China, Rusia y Etiopía dentro del tema de la adopción internacional, que son los países de origen de menores adoptados más habituales en España.

A raíz de los diferentes matices al mencionar distintos países de origen, Jacobson (2014) pone el foco en Rusia y China, dos países populares en términos de adopción internacional para los ciudadanos estadounidenses, así como en los encuadres mediáticos que caracterizan la práctica de adopción en estos dos países. Se ha revelado que la representación de China es en su mayoría positiva, pero el encuadre está “notoriamente centrado en los problemas” en el caso de Rusia (p. 672). Se observa mucha asociación de Rusia con el alcoholismo. Tal como señala el autor (Jacobson, 2014), el encuadre positivo o negativo del país de origen puede tener implicaciones para las decisiones de los futuros padres adoptivos sobre el camino hacia la familia y aumentar el riesgo de adopción de niños basado en la preferencia de su país de origen.

El modo en que los medios de comunicación relacionan la adopción con diversos temas sociales puede estigmatizar la adopción mediante la asociación, haciendo que estos temas agrupados parezcan relevantes en la mente de los consumidores de información (Morton y Shelton, 2019). Los medios de comunicación desempeñan un papel en la orientación de las políticas relacionadas con la adopción (Engel *et al.*, 2007). Cabe poner el ejemplo de la exposición por parte de los medios de comunicación de los orfanatos del mercado negro en Rumanía, que llevó a una disminución del número de adopciones en ese país. En cuanto a la adopción internacional que realiza China, la relevancia mediática sobre el caso ocurrido en la provincia de Hunan, en el año 2005, también contribuyó a impulsar al Gobierno a rectificar sus políticas para combatir los delitos relacionados con la adopción internacional y mejorar la regulación del proceso y los trámites (Smolin, 2011).

### Los adoptados: origen, entidad e identidad

Algunos estudios se han centrado en la representación de los adoptados y los adoptantes en los medios de comunicación. En el trabajo de Kline *et al.* (2009), se examinó la representación de la adopción en las noticias de la televisión británica, explorando los

encuadres mediáticos en torno a dicha representación. Los investigadores trataron de descubrir si los periodistas equilibraban estas representaciones con las opiniones de los participantes en la adopción o con representaciones positivas de los adoptados.

Resultó que muchas historias presentaban a los adoptados como poco saludables (por ejemplo, desnutridos, maltratados, con problemas) o discapacitados (física o mentalmente) (Kline *et al.*, 2009). Además, los medios de comunicación suelen calificar a los adoptados con descripciones como “problemáticos, necesitados de apoyo, vulnerables” (Maxwell y Cook, 2014), “perdidos y reencontrados” (Herman-Gallow, 2019). De esta forma, se proporciona al público una representación parcial en torno a las realidades de la adopción y las situaciones que enfrentan los adoptados.

En realidad, muchos adoptados que se integran en las familias por vía de la adopción internacional se encuentran con *problemas* étnicos, culturales y raciales (Selman, 2014). En nuestra opinión, la finalidad de los trámites de adopción no supone que acabe ahí la historia, y se deben hacer esfuerzos constantes para sensibilizar a los ciudadanos a que contribuyan a la integración social de los adoptados que aún están en crecimiento o de los que van a entrar en diferentes etapas importantes del ciclo de vida. Y durante este proceso los medios de comunicación determinan en cierta medida cómo los percibe el público.

El crecimiento y la construcción de la identidad son dos aspectos muy importantes para los adoptados (Herman-Gallow, 2019). Según los estudiosos, al enorgullecerse de sus orígenes, los adoptados internacionales pueden desarrollar una autoestima positiva y apreciar aún más su identidad bicultural en un momento en que pueden sentirse muy vulnerables (Mohanty *et al.*, 2006). La identidad, como proceso, es interdependiente de la alteridad. Se construye a lo largo de la interacción y comparación con los demás. En el entorno social, categorizamos y nos categorizan. Las relaciones que se establecen entre identidad y alteridad son las que sirven para definirnos. Las categorías y los posicionamientos de la “mirada” de la persona ajena terminan formando un espejo de uno mismo, y “el individuo llega a ser lo que los otros significantes lo consideran” (Berger y Luckmann, 1976, p. 23). En esta circunstancia, resulta significativo cómo construyen las imágenes de los adoptados los medios de comunicación teniendo en cuenta su papel en moldear nuestra visión sobre el mundo.

San Román (2013) ha discutido los matices asociados con las transformaciones discursivas en la construcción del “origen” de la persona adoptada, con el cambio desde

“los hijos de corazón” a “los hijos abandonados”. Aunque puede ser psicológicamente liberador para las personas adoptadas como víctimas pasivas, estas afirmaciones y simplificaciones estereotipadas pueden dar lugar a la estigmatización de la familia biológica de los adoptados y a la violencia simbólica de las madres biológicas. Es importante reconocer que las causas de la orfandad son diversas (Chicón y Díez, 2019). Waggenpack (1998) menciona que la mayoría de los huérfanos lo son a causa de la pobreza. En este sentido, en los futuros trabajos se recomienda prestar más atención a la ausencia o presencia de las propias familias biológicas en los discursos mediáticos, lo cual también ha sido un aspecto de interés en el presente estudio.

En la práctica, muchas asociaciones de adopción y de familias adoptivas han manifestado su preocupación hacia el tratamiento mediático con respecto al tema de la adopción (tanto nacional como internacional) y han hecho análisis y posibles recomendaciones para sus futuras prácticas. Por ejemplo, se hacen recomendaciones hacia el estilo del lenguaje, las formas de tratamiento y la elección del léxico. Entre otros, se destaca la protección a la intimidad de las personas implicadas, evitando mencionar los datos personales en ocasiones no necesarias, con el fin de proteger el bienestar psicológico de los adoptados y los participantes de la adopción<sup>4</sup>.

#### Los adoptantes, la familia adoptiva y biológica

La representación de los padres adoptivos es un área de interés en los estudios de los medios de comunicación. Las construcciones sociales sobre los padres biológicos o adoptivos son creadas por los medios masivos, estableciendo un sesgo hacia la adopción y generando representaciones negativas sobre esta (Maxwell y Cook, 2014; Wegar, 2000). Wegar (2000) concluye que, si estas imágenes atraen la atención del consumidor y suscitan sus emociones, es probable que las imágenes negativas y sesgadas de la adopción y los adoptados que impregnan los medios de comunicación de masas hoy en día sigan ejerciendo su influjo.

Qué es y qué significa la adopción para los participantes y los miembros sociales difiere de las valoraciones que las instituciones y la sociedad de acogida hacen sobre di-

---

<sup>4</sup> Véase más información en <https://www.coraenlared.org-2006-01-01-comunicacion-buenas-practicas->.

cho proceso en general. Las construcciones discursivas pueden conducir a la familia adoptiva a ciertas actitudes sociales basadas en estereotipos alejados de la realidad. Las creencias de que el modelo de la familia adoptiva es menos auténtico, o más anormal, que los que se construyen sobre la base de los lazos sanguíneos estigmatizan, en consecuencia, este modelo para constituir la familia y el nivel de satisfacción de los adoptantes (Rodríguez Jaume y Jareño Ruiz, 2015).

Según el estudio de Rodríguez Jaume y Jareño Ruiz (2015) sobre la base de encuestas contestadas por 230 madres y padres adoptivos, se señalaron distintas rutas de acceso a la filiación adoptiva, mostrando, a su vez, la complejidad del fenómeno y la necesidad de evitar la construcción social unitaria y globalizante en torno a la familia adoptiva. La adopción no es solo una vía para las parejas infértiles, sino también para las personas que tienen o pueden tener hijos biológicos y para las que, aun contando con un diagnóstico de infertilidad, optan por la adopción sin agotar las posibilidades que ofrece la medicina reproductiva. La estigmatización percibida por las familias adoptivas encuestadas en el trabajo que mencionamos anteriormente da cuenta, por un lado, de la hegemonía de la construcción social sobre la vinculación entre el parentesco con los lazos biológicos y, por otro, de la consideración de que la familia adoptiva se representa como una forma de hogar menos satisfactoria.

La imagen social sobre la familia adoptiva gira en torno a “lo segundo mejor” y, además, los adoptados son “la segunda opción” (March y Miall, 2000, p. 359). Esta cuestión adquiere especial importancia en el proceso de construcción social de los significados relacionados con la adopción y la familia adoptiva. Así pues, nos introduce en el análisis de si los medios del país de origen y el país de acogida han condicionado la estigmatización de la familia adoptiva a través de asociación de atributos negativos.

Kline *et al.* (2009) destacaron una falta de cobertura positiva que incluyera a los padres biológicos y una falta de cobertura de noticias negativas que utilizaran las opiniones de los participantes en la adopción (adoptados, padres biológicos o padres adoptivos) como fuente de noticias. El “lado positivo” de la adopción, es decir, cómo las familias llegan a ser lo que son y cómo llevan una vida normal, cuenta con una exposición limitada.

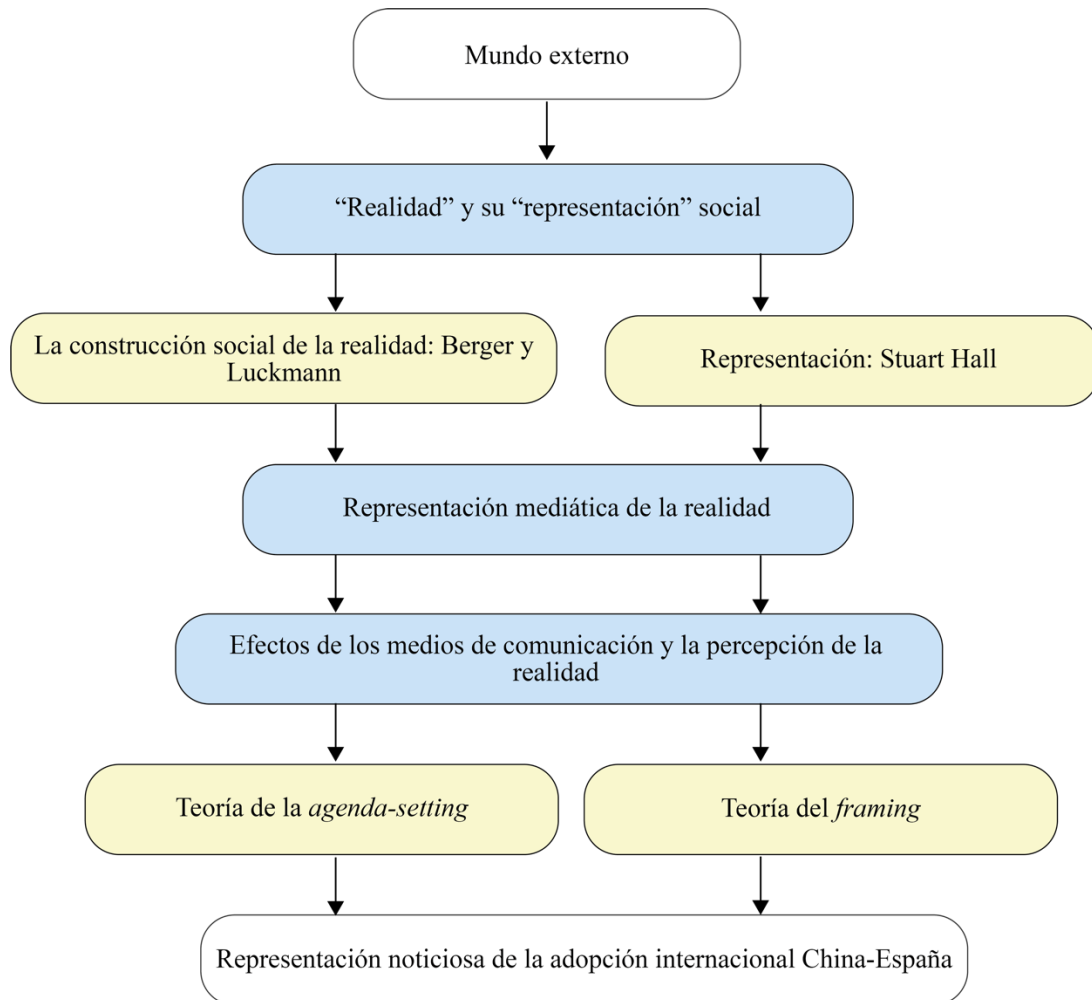
Asimismo, existe una falta de literatura de estudio social sobre las familias biológicas en el tema de la adopción internacional, lo que ha llevado a Wiley y Baden (2005) a reconocer que las madres biológicas son “permanentemente invisibles y silenciosas”

(p. 14). Por consiguiente, en el presente estudio nos surge el interés de examinar la visibilidad y la imagen mediática de las familias biológicas de los adoptados de origen chino en la representación noticiosa.

En el ámbito académico, las implicaciones del estudio sobre cuestiones relacionadas con la adopción son sustanciales y sugieren la necesidad de un mayor escrutinio de los profesionales en el campo de adopción, y también por parte de los periodistas que representan dichas realidades. Los hallazgos expuestos de los estudios existentes y la falta de análisis de la cobertura mediática desde la perspectiva del país de origen han condicionado nuestras hipótesis y las preguntas de la presente investigación.

## 6. Marco teórico

Figura 1. Esquema de los conceptos principales del marco teórico



Fuente: Elaboración propia.

### 6.1 La construcción social y la representación de la realidad

¿A qué nos referimos cuando empleamos el término “realidad” y cómo se configura para que finalmente forme parte del conocimiento del ser humano sobre el mundo? Desde el enfoque construccionista, Berger y Luckmann (1976) propusieron la famosa tesis de que “la realidad se construye socialmente” (p. 11). Aunque definieron la realidad

como “una cualidad propia de los fenómenos que reconocemos como independientes de nuestra propia volición (no podemos hacerlos desaparecer)” (p. 11), afirmaron que la *realidad* se establece a través de la interacción social y que contribuye al conocimiento del público sobre la sociedad. Así pues, el entendimiento de cuáles son las *realidades* difundidas en diferentes sociedades (en nuestro caso, las que se vinculan con la adopción internacional), y cómo se configuran y llegan a ser reconocidas por sus miembros, requiere la consideración de los contextos socioculturales en los que emergen.

Los roles sociales de los individuos les permiten internalizar las instituciones y normas sociales. A partir de ahí los fenómenos de la vida cotidiana empiezan a adquirir valor como realidades subjetivas para cada miembro de la sociedad. Esa realidad podría entenderse como una atribución o un producto de los símbolos que el ser humano emplea para representar los fenómenos sociales. Por consiguiente, los símbolos pueden distinguirse de otras cosas objetivadas por su intención como marcadores subjetivos de significado.

El término “representación” ocupa un lugar destacado en el campo de la investigación de la comunicación y los estudios culturales para comprender las prácticas sociales a través de las cuales nos forjamos la idea del mundo. Según Hall (2013), “Representación significa usar el lenguaje para decir algo con sentido sobre el mundo, o para representarlo de manera significativa a otras personas” e “implica el uso del lenguaje, de los signos y las imágenes que están en lugar de las cosas o las representan” (p. 459). Cabe señalar que la representación no refleja la naturaleza del mundo de manera impecable, sino que genera un mundo en relación con la propia práctica y la configuración del sujeto, e implica relaciones complejas de poder (Restrepo, 2014).

El mundo material no aporta sentido, y resulta que el sentido no es resultado de algo definitivo que está en la naturaleza, sino que es un producto construido a partir de las convenciones socioculturales. Por eso las prácticas simbólicas, el sistema de lenguaje que usemos o los conceptos compartidos de determinada cultura dotan al mundo de sentido. Además, se contribuye a la comunicación interpersonal para comprender el mundo que nos rodea. Hay una serie de relaciones y procedimientos complejos entre nuestro sistema conceptual, los objetos y los signos. Dicha relación es la esencia de la producción de significados en el lenguaje. Y el proceso de vinculación de estos tres elementos es la llamada “representación” (Hall, 2013). Esa representación se da dentro de una cultura condicionante, que es la que fija sus límites. Es decir, en contextos culturales diferentes

se condicionan representaciones como resultado de los códigos que son aplicables dentro de dichas semiosferas.

Los avances en el transporte y la comunicación han reducido las distancias y las fronteras entre culturas y regiones, acelerando el intercambio y la hibridación cultural. Aunque las causas de la adopción internacional varían en diferentes contextos, sus prácticas se han convertido en fenómenos de dimensiones globales (Grau Rebollo, 2011) que han involucrado a más de cien países en el mundo (Selman, 2009). Así pues, el pensamiento simplemente territorial y esencialista ya no es productivo ni válido a la hora de hablar del tema, símbolo de este nuevo mundo cada vez más transnacional e híbrido.

Las experiencias e historias de los adoptados y las familias adoptivas en los países de recepción constituyen un tema de debate público. Estas historias, además de ser contadas verbalmente por los ciudadanos, han concitado la atención de los medios de comunicación. Al mismo tiempo, los medios de los países de origen, al tener esta responsabilidad de hacer el seguimiento de la situación de los adoptados o de revelar al público las *realidades* sobre el tema, transmiten y definen las situaciones a través de los discursos mediáticos.

## 6.2 Los medios de comunicación como mediadores de realidad

Los medios de comunicación constituyen una vía importante para que el público adquiera información, puesto que la realidad social no se presenta en su totalidad directamente ante nuestros ojos. Esta acaba siendo, en gran medida, la “realidad” mediática. Los ciudadanos interpretan el mundo indirectamente a través de las noticias y consideran que están viendo *lo verdadero* del entorno real, mientras que en realidad se enfrentan a un mundo moldeado por los medios de comunicación. Lo que nos cuentan los medios de comunicación a menudo conforma nuestra principal perspectiva sobre el mundo exterior, al brindarnos una visión que de otro modo nos sería inaccesible debido a que carecemos de una experiencia directa.

Actualmente estamos en la era de la mediatización, en lo que se domina “la omnipresencia de los medios de comunicación”. La influencia de los contenidos mediáticos en las audiencias no solo se limita a orientar sus mapas cognitivos sobre el mundo, sino que también puede moldear sus valores, actitudes y acciones. Puesto que los medios de

comunicación modernos constituyen una poderosa fuerza de difusión de información, desde su creación se han involucrado, de manera intencionada o no, en los asuntos públicos de todos los ámbitos de la sociedad, incluidos los asuntos internacionales. En particular desde la llegada de la globalización, es común que los acontecimientos que tienen lugar en todos los rincones del mundo aparezcan en las noticias de los medios de comunicación mundiales.

El modelo lasswelliano, propuesto en 1948, explicó y definió las variantes que deben concentrarse en las investigaciones sobre el proceso comunicativo (Lasswell, 1948). Bajo esta perspectiva, los profesionales de las instituciones mediáticas (quién) perciben y definen el significado de los eventos sociales, luego generan los conocimientos sobre la “realidad” percibida a través del proceso de codificación (dice qué) y los transmiten a las audiencias (a quién) empleando los medios de comunicación (de qué canal), y el público reacciona al contenido mediático (con qué efectos).

El planteamiento de Lasswell, además de aportar una interpretación significativa sobre el fenómeno comunicativo, ha marcado tres enfoques en la investigación de los medios de comunicación: el análisis de emisor, el análisis de contenido y el análisis de los mismos medios (Wolf, 1987). Sin embargo, con la acumulación de los conocimientos y descubrimientos sobre los fenómenos de la comunicación y el funcionamiento de la sociedad, se han generado muchas reflexiones en torno al modelo de comunicación de Lasswell. Dicha fórmula se establece sobre la base de la teoría hipodérmica y el entendimiento sobre la relación comunicativa desde el enfoque mecanicista, es decir, se considera que la comunicación constituye un proceso lineal de transmisión de información desde la parte emisora al receptor (Wolf, 1987).

El análisis de los procesos de recepción de información llevados a cabo desde la tradición de los estudios culturales apunta también en esta dirección: los individuos tienen la capacidad de responder de modo diferente ante los mismos mensajes (Igartua y Humanes, 2004). Thompson rechaza el término por engañoso, ya que alude a una vasta audiencia de individuos pasivos e indiferenciados, y confunde el hecho de que los productos mediáticos estén disponibles para una gran cantidad de personas con una recepción también pasiva (Thompson, 1998).

No hay que olvidar que el posible papel activo de las audiencias no elimina por completo los efectos significativos que tienen los medios de comunicación en la sociedad y en nuestros conocimientos sobre el mundo. Los medios de comunicación “construyen

sistemas simbólicos que son capaces de definir cómo es y cómo funciona la realidad” (Igartua Perosanz y Humanes, 2004, p. 132). Por tanto, los medios de comunicación de masas no solo cumplen la función de transmisión de información, sino que también juegan un papel importante en el moldeamiento y la orientación de la opinión pública frente a determinados temas.

### 6.3 El lenguaje, el discurso mediático y la noticia

El lenguaje ha sido una herramienta imprescindible en el proceso de la construcción social de sentido, puesto que facilita la representación de los conceptos en nuestra mente referidos a los objetos, gente, eventos, así como las relaciones complejas entre ellos. El elemento lingüístico sobre la experiencia permite establecer observaciones con sentido que muestran el significado de lo observado (Horta, 2013). Así, se proporciona la base de que el *sentido* podría ser construido por distintos medios de comunicación, puesto que con la ayuda del lenguaje se favorece la circulación de los signos cargados de significados específicos.

El contenido y los discursos mediáticos han sido objeto de análisis importantes en la investigación de la comunicación. El discurso relaciona las prácticas y el lenguaje, que son formas de representación y comunicación. Por un lado, lleva a cabo la tarea de dar sentido a los objetos; por otro, tiene la capacidad de mostrar diferentes dimensiones de la realidad y facilita su divulgación. Concretamente, los discursos mediáticos se construyen socialmente a partir de las prácticas de los emisores. Producen sentidos para explicar los sucesos de la sociedad y son llevados a cabo por las rutinas profesionales mediáticas. Cada representación mediática constituye una expresión que se transmite a través de signos cuyos significados están condicionados por los contextos socioculturales concretos.

En este sentido, los mensajes con sentidos específicos se transmiten mediante los discursos, cuyo soporte —los medios de comunicación— desempeñan un papel mediador, conectando la realidad social representada y el público. El presente estudio se basa en la creencia en el poder de la representación mediática sobre la interpretación pública de la realidad, dando forma a nuestra manera de pensar y entender el mundo. En nuestro caso, los medios chinos y españoles han sido fuentes de conocimiento que permiten a los lectores aproximarse al hecho social de la adopción internacional entre China y España desde diferentes dimensiones, así como conocer las historias de los principales participantes.

Tal como indicó Rodrigo Alsina (1989), “la noticia es una representación social de la realidad cotidiana, producida institucionalmente, que se manifiesta en la construcción de un mundo posible” (p. 185). Esta posible “realidad” para el público chino y español sobre la adopción internacional entre ambos países se construye a través de la repre-

sentación de los profesionales y las empresas periodísticas, y toma forma durante el proceso en que se generan sus conocimientos sobre algunos aspectos de la realidad percibida en torno a la temática.

La connotación de “noticia” podría variar en función de la perspectiva. Por consiguiente, estimamos necesaria una definición delimitada para evitar la ambigüedad cuando hablamos de ella a lo largo del estudio. Según van Dijk (1990), las “noticias” en los medios de comunicación son como “un ítem o informe periodístico, como por ejemplo un texto o discurso en la radio, la televisión o en el diario, en el cual se ofrece una nueva información sobre sucesos recientes” (p. 17). Cabe tener en cuenta que los medios de comunicación tradicionales han experimentado una evolución considerable con el tiempo y los avances tecnológicos, a partir de los cuales han surgido nuevos soportes y formatos noticiosos.

En la presente investigación, nos centramos en analizar los textos periodísticos difundidos en los medios españoles y chinos seleccionados, tanto en formato digital como impreso, según el caso, en relación con la temática. Estos discursos noticiosos constituyen representaciones de la realidad de un mismo evento en dos contextos y lenguajes diferentes. Las versiones de *realidades* mediáticas que pueden variar o ser similares, finalmente se han atribuido a la visión que tiene el público de la sociedad china y española sobre su conocimiento de la adopción internacional. Este proceso de transmisión de significados y la configuración de la imagen de los adoptados, los adoptantes y la familia adoptiva se lleva a cabo a través de la mediación de los medios de comunicación, los cuales emplean diferentes modelos y plataformas para su difusión.

#### 6.4 La representación mediática y la percepción pública de la realidad

Los efectos de la representación mediática al moldear la visión del público hacia el mundo han sido un tema por excelencia en los estudios sobre la comunicación de masas, y quizá el área de mayor desarrollo dentro de la disciplina (Bryant y Thompson, 2002). Como bien han señalado Igartua y Humanes (2004), “una buena parte de los manuales sobre teorías de la comunicación o bien se basan con exclusividad en el análisis de los efectos de los medios, o bien incluyen una dilatada introducción al estudio de estos como un bloque relevante y destacado del texto” (p. 182).

Por ello, los efectos de los medios no solo plantean un desafío importante en el ámbito académico, sino también en el público, puesto que los ciudadanos estamos cada día más inmersos en los contenidos mediáticos y tenemos más interacciones con los medios debido a su expansión y la proliferación de información. Aunque es evidente que los efectos de los medios de difusión son difíciles de evaluar o medir debido a diversos factores que intervienen en el proceso (Igartua y Humanes, 2004).

Desde principios del siglo XX, la teoría de los efectos de los medios y las técnicas asociadas han cobrado mucha importancia en el ámbito de las teorías de comunicación mientras este campo empezaba a consolidarse como un sistema teórico independiente. Muchos estudiosos han resaltado la influencia de los medios de difusión en la sociedad y han compartido la idea de que los efectos mediáticos constituyen el tema central en el desarrollo de la teoría de la comunicación de masas (Bryant y Thompson, 2002; De Fleur y Ball-Rokeach, 1989; McQuail, 2005; Río Pereda, 1996; Wolf, 1991).

Quizá una de las razones importantes a las que se debe esta centralidad del fenómeno como objeto de investigación estriba en que los medios de comunicación no son mediadores totalmente neutrales de la realidad, a pesar de su función informadora. En vez de un producto finalizado con transmisión transparente de opiniones y representaciones acabadas, el discurso constituye un momento de un proceso de elaboración (Bardin, 2002). Los discursos mediáticos provocan un efecto dual: por un lado, fortalecen las percepciones sociales previamente establecidas sobre el tema tratado; por otro lado, generan entre los receptores nuevas opiniones, actitudes e incluso comportamientos, influidos por el contenido de los discursos a corto o largo plazo. Por consiguiente, las teorías sobre los efectos de los medios de comunicación se convierten en las herramientas fundamentales para comprender el poder de los medios de comunicación.

Según Hall (2013), “en las sociedades modernas, los diferentes medios de comunicación son sitios de especial importancia para la producción, reproducción y transformación de las ideologías” (p. 306). Sobre el concepto complejo de “ideología”, el mismo autor añade que las ideologías no son productos de la consciencia o de la intención individual. Parafraseando a Hall (2013), las ideologías preceden a los individuos y forman parte de las condiciones en las que se encuentran los individuos y las formaciones sociales. *Conversamos* a través de las ideologías que son activadas y aceptadas en una sociedad determinada, y los medios de comunicación permiten al público dar sentido a las relaciones sociales.

Al hilo de esta idea, los medios de comunicación no solo funcionan como fuentes de conocimiento sobre el tema de la adopción internacional entre China y España, sino que también constituyen el escenario donde se moldean y evolucionan las ideas relacionadas, las imágenes sobre los adoptados, el país de origen y acogida, y la familia adoptiva. Posteriormente, estas representaciones de la realidad o los relatos contruidos por los medios determinan en cierta medida la opinión pública sobre los conceptos involucrados en dicho fenómeno y los protagonistas de las historias. Además, el contenido de los medios chinos y españoles puede variar en función de las ideologías presentes en cada contexto de producción de los discursos, las cuales reflejan cierto grado los valores y creencias socialmente compartidos en la sociedad china y española.

Desde la época de los años 20 del siglo pasado, diversos modelos que se centran en el comportamiento político y las acciones de voto han tratado de explicar la influencia de los medios de comunicación de masas en los individuos y las sociedades, aplicando conocimientos adquiridos en otras áreas de investigación (Ardèvol-Abreu *et al.*, 2020). El estudio de los efectos cognoscitivos en la audiencia ha experimentado un renacimiento en el campo de la comunicación de masas desde los años 60, impulsado tanto por el desarrollo académico de la disciplina como por el cambio del contexto social.

Wolf (1987) concluye que, con el crecimiento y la influencia de la sociología del conocimiento, ha surgido un cambio en la perspectiva de investigación sobre los efectos de los medios de comunicación desde la década de los años 60. En lugar de centrarse exclusivamente en las actitudes, valores y comportamientos del destinatario, también se presta mucha atención a los efectos latentes e implícitos, es decir, los efectos cognoscitivos generados por el consumo de contenidos mediáticos que influyen en la formación de

conocimiento sobre la realidad social por parte de los receptores. Además, se ha observado un cambio en el marco temporal, que pasa de los efectos puntuales (estímulo y respuesta a corto plazo) a los efectos acumulativos (a largo plazo), derivados de la exposición continua y diaria al mensaje mediático (pp.158-162).

En la práctica, con la acumulación de los conocimientos empíricos en el campo, resulta cada vez más difícil medir los efectos de los medios de difusión, según Noelle-Neumann (1995):

Estos efectos no proceden de un único estímulo. Suelen ser acumulativos, según el principio de que “muchas gotas de agua desgastan la piedra” ... La influencia de los medios de comunicación es predominantemente inconsciente. La gente no puede informar sobre lo que ha sucedido. Más bien, mezcla sus propias percepciones directas y las percepciones filtradas por los ojos de los medios de comunicación en un todo indivisible que parece proceder de sus propias pensamientos y experiencias, como predijo Walter Lippmann (p. 221).

Las investigaciones de los efectos cognitivos en este periodo siguen principalmente la visión de Walter Lippmann. Él insiste en la relación entre el periodismo y la opinión pública, y considera los medios de comunicación como un importante canal a través del cual las audiencias construyen la realidad subjetiva (Lippmann, 2003), explorando así la compleja relación entre tres realidades: la realidad social que existe objetivamente, la realidad simbólica reflejada por los medios de comunicación y la realidad percibida, entendida e interpretada subjetivamente por la audiencia de los medios.

En este contexto, las nuevas teorías o hipótesis en la comunicación, como la teoría de la *agenda-setting*, la teoría del vacío de conocimiento, el análisis del cultivo, la espiral del silencio, la teoría del *framing* y la teoría del *priming*, se centran más en las percepciones del público y la expansión de las percepciones sobre la realidad conseguidas a través de los medios de comunicación. Los estudios realizados bajo la perspectiva de estas teorías tratan sobre cómo la comunicación de masas desempeña un papel importante en la formación de la percepción del mundo exterior por parte del público.

## 6.5 La teoría de la *agenda-setting*

### 6.5.1 *La opinión pública de Walter Lippmann*

La teoría de la *agenda-setting*, denominada en castellano “la teoría del establecimiento de la agenda”<sup>5</sup>, ha sido una de las teorías actuales más representativas en los estudios de los medios de comunicación. Concretamente, se centra en la correlación que existe entre el establecimiento de la agenda mediática y la formación de la agenda pública. La afirmación consiste en que, con el tiempo, los elementos destacados en la agenda de los medios de comunicación pasan a ser los destacados en la agenda de la audiencia (McCombs y Shaw, 1972). De esta forma, se alimenta el consenso público sobre ciertos asuntos públicos que son tratados con mayor prominencia en los medios. Como muchas investigaciones empíricas de la comunicación, se remonta a Walter Lippmann y su obra *La opinión pública*. McCombs y Estrada (1997) afirman que la teoría de la *agenda-setting* ha sido el “vástago intelectual” (traducción propia de *offspring*) de Lippmann.

Las ideas de Walter Lippmann sobre la opinión pública y su relación con los medios de comunicación se presentan de forma exhaustiva y sistemática en su famosa obra *La opinión pública* (1922-2003), que es un tema muy importante en el campo de la comunicación. Este libro ofrece un análisis de la idea de “opinión pública”, examinando y presentando cuestiones como “imágenes mentales”, “pseudoentorno”, “estereotipos”, “intereses” y “la imagen de la democracia”. Además, en su libro se responde a muchas preguntas como de dónde viene la opinión pública, cómo se forma, los efectos que tiene y qué es realmente, sentando las bases teóricas para futuras investigaciones.

### 6.5.2 *Imágenes mentales y el pseudoentorno*

En el primer capítulo, “El mundo que nos rodea y las imágenes de nuestra mente”, de esta conocida obra (Lippmann, 1922-2003), el autor se adentra en revelar la relación entre la realidad del mundo y la reacción humana en la vida social, e indaga sobre los

---

<sup>5</sup> La traducción de “*Agenda-setting theory*” en español puede variar de muchas maneras; por ejemplo, “teoría de la fijación del orden temático”, según la traducción de Esteban López-Escobar del artículo *Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la “agenda setting”* (McCombs y EVATT, 1995). En el presente trabajo utilizamos la versión “teoría del establecimiento de agenda” y “teoría de la *agenda setting*” según la citación y aclaración en Ardèvol-Abreu *et al.* (2020), *Orígenes y desarrollo de la teoría de la agenda setting en Comunicación. Tendencias en España (2014-2019)*.

factores que alimentan la configuración de la opinión pública. Para alcanzar una comprensión mejor sobre los planteamientos del autor acerca de la opinión pública y relacionarlos con el presente estudio, conviene aclarar unos conceptos que han aparecido en dicha obra como puntos de partida.

Para Lippmann (1922-2003), el proceso de percibir el mundo exterior se podría explicar según la alegoría de la caverna de Platón<sup>6</sup>. Partiendo de esta alegoría, lo que percibimos no son las cosas, sino las “sombras” de ellas. No percibimos totalmente la realidad, sino que construimos una serie de imágenes mentales que la reflejan parcialmente, igual que las sombras en las mentes de los prisioneros. Y creemos que son imágenes verdaderas sobre el mundo exterior. Eso es lo que define Lippmann como las “imágenes mentales” sobre el mundo exterior.

Al hilo de esta idea, Lippmann (1922-2003) sostiene que nuestro comportamiento no es provocado por el entorno que nos rodea realmente, sino que está empujado por estímulos de un mundo de ficciones que se crea a partir de un hecho externo. Como bien ha señalado el autor, la palabra “ficción” no se refiere a las mentiras, “sino a representaciones del entorno que en mayor o menor grado son obra de los individuos” (Lippmann, 2003, p. 33). Aquí el autor plantea el concepto de pseudoentorno. Según Lippmann:

Nos referimos a la presencia de un pseudoentorno, intercalado entre el entorno y los individuos, que estimula el comportamiento de estos. Sin embargo, puesto que se trata de comportamiento, sus consecuencias, si nos referimos a actos, no operarían en el pseudoentorno que los haya estimulado, sino en el entorno real en el que transcurre la acción” (Lippmann, 1922-2003, pp. 32-33).

En opinión de Lippmann (1922-2003), el pseudoentorno o las representaciones mentales de los individuos se condicionan por una serie de factores como la imaginación creativa, la voluntad personal de creer, la experiencia personal y los medios de comunicación. Asimismo, aparte de la actuación práctica, nuestras emociones y pensamientos sobre los sucesos que no podemos conocer de manera directa se basan en las imágenes construidas por nosotros mismos o terceros. Así, “estamos aprendiendo a ver mentalmente porciones muy vastas del mundo que nunca podremos llegar a observar, tocar, oler,

---

<sup>6</sup> En dicha alegoría, los prisioneros encadenados en un espacio cavernoso solo pueden ver la pared del fondo de la caverna, y no pueden girar su cabeza, mientras que detrás de ellos se encuentra justamente la entrada de la cueva que da al exterior. Ellos consideran las sombras reflejadas en la pared como verdad.

escuchar ni recordar” (p. 42). De esta manera, Lippmann (1922-2003) distingue claramente entre el mundo real que nos rodea y el pseudoentorno sobre el cual reaccionamos. Este último está configurado y almacenado como imágenes en nuestra mente, condicionadas por una serie de factores; entre ellos se destaca el papel de los medios de comunicación.

Hablando del pseudoentorno, Lippmann (1922-2003) menciona que la gente suele añadir mucho de su propia imaginación cuando se enfrenta al mundo real, y que, en el pasado, cuando los medios de comunicación de masas aún no estaban desarrollados, la gente tenía un abanico de actividades más limitado. En esta situación, gran parte de la información y el conocimiento provenía de su propia experiencia inherente. Con el gran desarrollo de la sociedad, las personas pueden recibir cada vez más información y formar así sus conocimientos sobre el mundo exterior, muchos de los cuales no están directamente relacionados con sus vidas, pero las personas se basan en estos mensajes para entender el mundo, imaginando un mundo “real” que creen que conocen según la información que les proporciona este entorno virtual.

### *6.5.3 Los medios de comunicación y la opinión pública*

Antes de entrar en la definición sobre la opinión pública, Lippmann (1922-2003) introduce su interpretación sobre los asuntos públicos, que consisten en “los aspectos del mundo exterior que están relacionados con comportamientos desarrollados por terceros y que en alguna medida interfieren con el nuestro, dependen de nosotros o nos interesan” (p. 42). Así, Lippmann plantea la famosa tesis sobre la opinión pública, relacionándola con las ideas plasmadas sobre los asuntos públicos:

Las imágenes mentales creadas por ellos, las imágenes de ellos mismos, de otros individuos, de sus necesidades, propósitos y relaciones constituyen sus opiniones públicas. Las imágenes que provocan reacciones por parte de grupos de personas, o de individuos que actúan en nombre de grupos, constituyen la Opinión Pública con mayúsculas (p. 42).

En la sociedad moderna, los medios de comunicación suelen ser nuestra fuente de información para conocer el mundo y otros grupos sociales. En este contexto, para los ciudadanos chinos y españoles, los medios de comunicación de España y China se han

convertido en la manera principal de acercarse a la “realidad” de la adopción internacional o a las historias de los adoptados de origen chino. Así pues, la mayor parte de lo que sabe el público en torno a estos temas está en gran medida condicionado por las versiones de realidades contadas por los medios de comunicación.

Tal como hemos mencionado anteriormente, los mensajes mediáticos no son un reflejo perfecto del mundo real, sino representaciones de una parte de lo que está sucediendo en el mundo externo, contribuyendo a la configuración de un pseudoentorno sobre el cual reaccionamos. Con el aumento gradual de los conocimientos científicos y la investigación empírica sobre los efectos de los medios de comunicación, podemos ver que los medios de comunicación tienen cierta influencia en la sociedad y la formación de la opinión pública.

Los mensajes que aparecen en la agenda de los medios de comunicación, tras ser filtrados y enmarcados de alguna manera, ejercen su influencia en los receptores, como influir en las percepciones del público sobre la adopción internacional y la toma de decisiones de los adoptantes a la hora de realizar las adopciones; afectar en las percepciones y conocimientos de las personas sobre la imagen de determinado país emisor de adopción o la imagen de los adoptados de un determinado país, y también de sus padres tanto biológicos como adoptivos. Al mismo tiempo, la interpretación de la información por parte de las personas suele estar influenciada por las ideas, estereotipos y prejuicios almacenados en nuestras mentes (Lippmann, 1922-2003), que son condicionados por determinados contextos socioculturales específicos.

Por consiguiente, los medios de comunicación pueden ser proveedores de estereotipos, y, según Lippmann (1922-2003), la interpretación de la información puede filtrarse en estereotipos, contribuyendo a las imágenes estereotipadas que se crean y difunden. Por consiguiente, los mensajes que circulan en torno a estos temas podrían afectar, por un lado, a los adoptados y la familia adoptiva en cuanto a su integración social y la formación de una identidad sólida, y, por otro, a la imagen configurada del país de origen (China) o el país de acogida (España) en relación con determinados asuntos que transcurren a lo largo de la adopción.

#### 6.5.4 La hipótesis de la teoría de la agenda-setting

Siguiendo las ideas de Walter Lippmann, la hipótesis de la *agenda-setting* trata de comprobar la contribución de los medios de masas a las imágenes que tenemos en la cabeza sobre el mundo exterior, afirmando que existe un fenómeno de transferencia relevante desde la agenda de los medios de comunicación hasta la agenda pública de forma cuantitativa. Tal como demostraron McCombs y Estrada (1997):

La búsqueda de Walter Lippmann en *La opinión pública* para relacionar el mundo exterior con las imágenes que tenemos en la cabeza a través de los medios de comunicación se llevó a cabo de forma cuantitativa y empírica mediante la investigación de la agenda (McCombs y Estrada, 1997, p. 238).

La hipótesis de la teoría está vinculada estrechamente con la formación de conocimientos del público sobre el mundo exterior y el papel destacado que desempeñan los medios de comunicación en este proceso de ofrecer al público secciones de realidades designadas, puesto que los medios informativos son como ventanas para conocer el mundo, y la gente tiende a incluir en sus conocimientos lo que estos medios seleccionan y aquello en lo que ponen más énfasis (Wolf, 1987).

El planteamiento postula un efecto de los contenidos mediáticos sobre los destinatarios de manera acumulativa y no inmediata. Dicho efecto se deriva de la cobertura informativa de ciertos acontecimientos en los medios de difusión que son seleccionados y elaborados por los periodistas a través de los criterios de importancia y las rutinas productivas, así como de la atención que les presta el público. Los efectos de la agenda mediática constituyen “un proceso eminentemente cuantitativo: a mayor exposición al mensaje, mayor accesibilidad entre el público y mayor efecto agenda” (Ardèvol-Abreu *et al.*, 2020, p. 2).

Esta teoría sobre la influencia de los medios informativos sobre la opinión pública fue planteada por primera vez por McCombs y Shaw (1972) en su trabajo sobre la campaña electoral del 1968 en Chapell Hill. Se analizaron la cobertura informativa de la campaña y los candidatos en los nueve medios de comunicación (cinco periódicos, dos cadenas de televisión y dos revistas). Para comprobar la hipótesis del papel fijador que ejercían los medios de comunicación en la agenda pública, se llevaron a cabo entrevistas a una

muestra de cien personas, a las que se les preguntó cuáles eran los temas más importantes en la campaña electoral.

Concluyeron que existe una sólida correlación entre los asuntos políticos importantes para los votantes y su cobertura en los medios de comunicación. Los medios de comunicación establecen su agenda para cada campaña con la inclusión de ciertos temas y la exclusión de los otros, influyendo así en las actitudes e ideas sobre los temas políticos entre las audiencias (McCombs y Shaw, 1972).

En los estudios posteriores, según señalan los investigadores citados, esta teoría queda demostrada como un marco significativo para las investigaciones sobre los efectos de los medios de comunicación. Se desprende una idea clara de que la prioridad de los *issues* en la agenda mediática influye en el orden de prioridad de estos temas en la agenda pública, dándonos fundamento en cuanto a nuestro interés por examinar cuáles son los temas más tratados en la representación de nuestra temática.

Los públicos tienden a priorizar los temas que son más accesibles en los medios, si bien es cierto que los factores como el tiempo de exposición al mensaje, el interés personal y el nivel educativo también forman parte de las variables de este efecto (López-Escobar et al., 1996). Tal como muestra la citación en McCombs y Shaw (1972) sobre la famosa frase de Cohen para explicar la teoría: “la prensa no tiene mucho éxito en decir a la gente qué tiene que pensar, pero sí lo tiene en decir a sus lectores sobre qué tienen que pensar” (Cohen, 1963, p. 13).

#### 6.5.5 *La agenda mediática*

Con los conocimientos acumulativos sobre la teoría de la *agenda-setting* y los nuevos planteamientos y descubrimientos en las investigaciones, se han ampliado e innovado tanto la connotación de la teoría como la función de la agenda mediática. Los medios de comunicación indican a la audiencia qué ha de pensar y también designan con qué temas y atributos se asocia ese pensamiento. Como concluyeron Ardèvol-Abreu *et al.* (2020): “una agenda está formada por una colección de asuntos, temas o problemas (primer nivel), un conjunto de atributos (segundo nivel), y temas y atributos conectados en forma de red (tercer nivel)”.

Desde el primer nivel de la teoría, los medios de comunicación no solo proporcionan al público informaciones sobre lo que ocurre en un mundo difícil de aprehender, sino que a la vez orientan la atención de los receptores hacia un número limitado de asuntos, problemas o temas que se seleccionan y jerarquizan en la agenda mediática. Debido a limitaciones de tiempo, espacio u otros impedimentos (como la reducción de la cantidad de periodistas y sus jornadas laborales fijas), los medios masivos no pueden prestar atención a todos los acontecimientos surgidos en la sociedad. Por ende, la jerarquización y la selección de información se hacen indispensables. Así, los medios informativos proporcionan solo una visión de una realidad que es inabarcable en toda su complejidad. Los contenidos que se representan mediáticamente se consideran más noticiables que otros no incorporados en dicha agenda (Ardèvol-Abreu *et al.*, 2020).

Tal como indican McCombs y Evatt (1995):

Solo un número pequeño de asuntos atraen a un conjunto significativo de personas en cualquier momento determinado, parece que la agenda tiene una capacidad limitada. Esta limitación es quizás el condicionamiento más fuerte sobre el poder de los medios para incluir asuntos en la agenda pública. Del mismo modo, esta limitación en el tamaño de la agenda pública constriñe también el poder de la experiencia directa personal para forzar la inclusión de temas en la agenda pública (Lo que sabemos sobre la “agenda”, párrafo. 2).

En este sentido, la prominencia de ciertos temas que se incluyen en los medios influye en los receptores, en mayor o menor grado, según las condiciones. Como resultado, el público privilegia y otorga más importancia en la vida cotidiana a esos contenidos, los recuerda mejor, ya que están sujetos a una mayor aparición y repetición por parte de los medios de comunicación. Así pues, en la presente investigación prestaremos atención a qué temas acerca de la adopción internacional China-España se consideran más-menos importantes y noticiables en los medios de comunicación del país de origen y el país de acogida, condicionando su prioridad en la agenda pública cuando el público chino y español piensa y habla sobre este asunto.

## 6.6 La teoría del *framing*

La llamada “teoría del encuadre” (*framing*) y el concepto “*frame*” tienen su origen en la psicología y la sociología, y posteriormente se extendió al campo de las ciencias de

la comunicación (Sádaba, 2001, 2007). Con el acelerado desarrollo de los estudios concernientes a esta teoría en las últimas décadas, se ha convertido en un programa de investigación multiparadigmático que permite aproximarse a los efectos de los mensajes mediáticos en los individuos y el público (Ardèvol-Abreu, 2015; D'Angelo, 2002).

A la hora de usar la palabra “encuadre” como equivalente al término “*frame*” se suele pensar en el proceso de delimitación de la escena cuando usamos una cámara para capturar imágenes y escenas. El marco de la cámara constituye una forma de ver el mundo, aunque solo puede captar una parte del entorno. Aparte del ambiente o los objetos que se abarcan, el ajuste del ángulo de encuadre, el tamaño del diafragma o el uso de un filtro determinan en gran medida la presentación final de la imagen. En este sentido, estas fotos dejan de ser un mero reflejo del mundo que nos rodea y se transforman en productos de representación (pseudoentorno) de algunos aspectos del entorno, en detrimento de otros, por medio de procedimientos de selección y énfasis (Entman, 1993, 2007).

Está claro que los medios de comunicación son una parte de la realidad social en que vivimos, y al mismo tiempo la construyen y la representan desde sus propios encuadres (la construcción social de la realidad). La teoría del encuadre (el *framing*) a la que nos referimos es este proceso dinámico de “encuadrar” el mundo real en los procesos comunicativos para que los receptores lleguen a recibir y entender los mensajes codificados de una manera específica. En el presente trabajo nos adentramos especialmente en las representaciones noticiosas relacionadas con la adopción internacional entre China y España para averiguar cuáles son los aspectos que se han enfatizado y los que se han valorado menos en el *framing* de los medios chinos y españoles en torno a estas *realidades*.

La teoría del encuadre proporciona a los investigadores una vía significativa para describir el poder de los mensajes mediáticos. Los medios de comunicación no solo nos dicen sobre qué temas tenemos que pensar, también cómo pensar sobre ellos (McCombs y Evatt, 1995). Los encuadres (*frames*) condicionados por determinados contextos socio-culturales y empleados por los periodistas y los receptores —conscientemente o no— pueden determinar cómo comprendemos la realidad, cómo reaccionamos frente ella y cómo nos definimos a nosotros mismos viviendo en ella.

### 6.6.1 Origen y definición de la teoría del framing

En general, se considera que el concepto de “*frame*” tiene su origen en la psicología de la mano del antropólogo americano Gregory Bateson. Bateson planteó por primera vez el concepto en el artículo *A theory of play and fantasy* para “explicar el fenómeno de interpretación en la recepción de los mensajes que se desarrolla en un proceso comunicativo” (N. S. Koziner, 2013).

Según Bateson (1955), el *frame* implica un contexto interpretativo que proporciona una guía para discernir el orden de la información. Así pues, para Bateson los *frames* se dotan de sentidos psicológicos que constituyen “los elementos que la psique coloca en la interpretación de los acontecimientos” (Sádaba, 2001, p. 150). La mente humana necesita estos *frames* para lograr comprender los mensajes, estableciendo al mismo tiempo sus normas de conducta.

Años más tarde, Goffman (2006) recuperó y enriqueció el concepto de *frame* en su libro *Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience*. A diferencia de Bateson, este autor lo analiza desde la perspectiva de la sociología. Para Goffman, aparte del factor psicológico (la mente humana), también es significativo el conjunto de claves sociales a la hora de interpretar los acontecimientos. Por ello esta dimensión social ha alimentado su influencia en los estudios posteriores acerca de la comunicación sobre los *frames*.

Goffman utiliza el término “*frame*” para referirse al marco social y al esquema mental que nos permiten organizar la experiencia y definir la situación. En palabras de Goffman (1974-2006):

Las definiciones de una situación se elaboran de acuerdo con los principios de organización que gobiernan los acontecimientos —al menos los sociales— y nuestra participación subjetiva en ellos; marco (*frame*)<sup>7</sup> es la palabra que uso para re-

---

<sup>7</sup> Aquí ponemos un paréntesis con su nombre original para no causar malentendidos. Si bien podrían existir varias alternativas para su traducción dependiendo de la forma de utilización, en el presente trabajo empleamos la “teoría del encuadre” como equivalente a “teoría del *framing*” (Véanse más aclaraciones sobre la traducción y el uso del término en Amadeo, 1999; Gaitán Moya *et al.*, 2016; López Rabadán, 2012; Sádaba, 2001).

ferirme a esos elementos básicos que soy capaz de identificar. Mi expresión *análisis del marco (frame)* es un eslogan para referirme, en esos términos, al examen de la organización de la experiencia (Goffman, 2006, p. 11).

### 6.6.2 La teoría del *framing* en la comunicación

Después de su planteamiento, la teoría ha orientado muchos estudios con diferentes perspectivas conceptuales y metodológicas debido a su premisa multidisciplinaria. Entre los estudiosos cuyos intereses de investigación se centran en los medios de comunicación, la definición del concepto presenta características diversas.

Gitlin (1980) argumenta que los encuadres mediáticos sirven para ayudar a los periodistas y a los receptores de la información a organizar el mundo. En la vida diaria, hay un sinfín de acontecimientos que ocurren en el mundo, y el mismo acontecimiento puede tener detalles infinitos. Los *frames* constituyen los principios de organización de estos acontecimientos para los periodistas. Y los encuadres mediáticos son “patrones persistentes de cognición, interpretación y presentación de selección, énfasis y exclusión, mediante los cuales quienes manejan los símbolos organizan rutinariamente el discurso, ya sea verbal o visual” (Gitlin, 1980, p. 7, traducción propia).

Entre las citas más usadas sobre la teoría del *framing* cabe mencionar la aportación de Entman (1993), quien contribuye a la aclaración del concepto en algunos aspectos. Si bien comparte la idea sobre la selección y énfasis que implica el *frame*, interpreta el término desde una perspectiva más dinámica. En palabras de Entman (1993):

*Framing* implica esencialmente selección y énfasis. Encuadrar (*To frame*) es seleccionar algunos aspectos de una realidad percibida y hacerlos más relevantes en un texto comunicativo, de tal manera que se promueva una definición particular del problema (Entman, 1993, p. 52, traducción propia).

De esta manera, los *frames* en un texto comunicativo se identifican tanto por los aspectos o detalles incluidos de los objetos narrados como los que se desestiman y omiten. Esta es una perspectiva importante a la hora de abordar los encuadres en diferentes medios de comunicación con respecto al tratamiento de un mismo acontecimiento o asunto público que llame especialmente el interés informativo, rompiendo las fronteras del espacio,

el tiempo y la cultura. En nuestro caso, la adopción internacional entre China y España como acontecimiento público, representado y narrado en los medios de comunicación del país de origen y el país de acogida.

Entman (1993) identifica además cuatro funciones del *frame*. El planteamiento ha contribuido a los estudios que las aplican para averiguar los encuadres mediáticos desde la perspectiva de sus funciones: 1) definición del problema; 2) interpretación de la causa; 3) evaluación moral; 4) recomendación del tratamiento para el elemento descrito. Destaca que el *frame* en un texto podría no cumplir todas estas funciones; también hay casos en que una misma oración representa más de una función.

Las noticias son como ventanas a las que nos asomamos para conocer el mundo (Tuchman, 1978). Los medios de comunicación del país de origen y del país de acogida muestran a los ciudadanos una ventana para conocer las *realidades* de la adopción internacional entre China y España. Sin embargo, el público está expuesto a un mundo mediático *encuadrado* en que se le ofrecen diferentes formas de interpretación a la hora de percibir la temática. El énfasis, incluso la eliminación de ciertos aspectos en la definición, la atribución de causas, así como las evaluaciones sobre la práctica de la adopción internacional, pueden moldear la opinión pública al respecto.

### 6.6.3 El análisis del *framing*

La teoría del *framing* sugiere la forma en que se presenta algo a la audiencia, e influye en las decisiones que toma la gente sobre cómo procesar e interpretar esa información. Se ha aplicado en muchas disciplinas sociales debido a su origen multidisciplinar. En los estudios de comunicación, los análisis se enfocan en los *frames* mediáticos y los *frames* de la audiencia partiendo de la dimensión macroconcepto y microconcepto del término del *framing* (Scheufele, 1999; Scheufele y Tewksbury, 2007). Así, los encuadres noticiosos ayudan a comprender el proceso dinámico de cómo surgen los *frames*, cómo se desarrollan en los medios de comunicación y la interacción entre los *frames* con los receptores, generando opiniones en torno a los contenidos.

Ante todo, para comprender y precisar los encuadres mediáticos, hay que tener en cuenta la diferencia entre el “encuadre” (*frame*) y el “tema” (*topic*) en un texto comunicativo. El hecho de que los encuadres equivalgan a temas puede ser problemático (Carra-

gee y Roefs, 2004). Los encuadres van mucho más allá que los temas de la historia contada y asumen el trabajo de “organizar” y “estructurar” los mensajes (Reese, 2007). En este sentido, se entiende que los estudios de encuadres de las noticias prestan más atención al tratamiento que se da al acontecimiento relatado en ellas.

Debido a que el *framing* en sí mismo es abstracto y difícil de determinar (Gitlin, 1980), muchos estudiosos proponen estudiarlo mediante la detección de sus huellas en los elementos manifestantes del discurso mediático a fin de entender cómo se realizan las narrativas. En general, los análisis sobre el *framing* en las noticias tienden a centrarse en las formas de representación de los periodistas y otros comunicadores al presentar la información (Scheufele y Tewksbury, 2007), como las “palabras, imágenes, frases y estilo de presentación” (Druckman, 2001, p. 227) que se utilizan para construir relatos noticiosos, y en los procesos que configuran esta construcción. Gamson y Modigliani (1989) utilizaron “paquetes interpretativos” (*interpretive packages*) para examinar los discursos mediáticos. La idea central de estos paquetes es el *frame* para que los *issues* relevantes tengan sentido. Los cinco dispositivos del *framing* que sugieren los autores son “metáforas, ejemplos, frases llamativas, descripciones e imágenes visuales”.

Entman (1993) plantea identificar los encuadres noticiosos a partir de “la presencia o ausencia de ciertas palabras clave, una serie de frases, imágenes estereotipadas, fuentes de información y oraciones que proveen grupos de hechos o juicios reforzados temáticamente” (p. 52). Tankard (2001) argumenta que el *framing* “es una idea central organizadora del contenido informativo que brinda un contexto y sugiere cuál es el tema mediante el uso de la selección, el énfasis, la exclusión y la elaboración” (p. 3). El mismo escritor propone una lista de once puntos de enfoque para medir los encuadres noticiosos, entre otros: titulares, subtítulos, fotos, epígrafe, encabezado, selección y cita de fuentes, logos, estadísticas, gráficos, afirmaciones finales y párrafos.

### La vía inductiva

En los estudios empíricos con la aplicación del *framing*, el acercamiento inductivo consiste en examinar los contenidos mediáticos desde una visión abierta, partiendo de algunas concepciones inconcretas sobre los encuadres que se están analizando, para tratar de revelar un grupo de posibles encuadres que no tiene una cantidad previamente fijada.

En este sentido, los encuadres nacen durante el estudio y no son marcados por el investigador desde el principio (Igartua y Humanes, 2004; Piñeiro Naval y Mangana, 2018).

La complejidad de esta vía radica en que los resultados de la detección de encuadres dependen del tamaño o propiedades de las muestras seleccionadas, por lo que podrían variar según el método de muestreo aplicado por cada investigador. Además, cabe destacar el papel relevante que desempeña la pericia del investigador en los trabajos del *framing*, teniendo en cuenta que su propio esquema mental puede interferir en la identificación de un encuadre (Van Gorp, 2010), puesto que el proceso del análisis y su exposición ya constituye en sí mismo un modo de encuadrar algunos aspectos de la realidad percibida (en este caso, la detección de los encuadres y la interpretación de sus características).

Una forma de controlar estas interferencias es adoptar un enfoque sistemático que abarque varias fases paralelas en las que el investigador explore y compare constantemente el material de investigación (Corbin y Strauss, 2008). Al mismo tiempo, como apuntaron Piñeiro-Naval y Mangana (2018), “es preciso reconocer que se trata de un método que requiere de una minuciosa disección de los mensajes, a menudo basada en pequeñas muestras y, por ello, puede ser difícilmente replicado” (p. 1545).

### La vía deductiva

A través de la aproximación deductiva, se utilizan ciertos encuadres definidos o empleados previamente por otros investigadores como variables de análisis, y después se examina su existencia (frecuencia) en las unidades elegidas para el estudio (Iyengar y Kinder, 1987). La vía inductiva contribuye a una realización sencilla de la teoría del *framing* en el proceso exploratorio de los componentes observables y resulta fácilmente replicable en los estudios posteriores. Sin embargo, su principal inconveniente es la pérdida de información relevante, puesto que los encuadres que no hayan sido definidos *a priori* no podrán ser detectados ni medidos (Igartua y Humanes, 2004).

## Tendencia a la combinación del análisis cualitativo y cuantitativo

Los estudios con el enfoque del *framing* están experimentando un aumento acelerado en el campo académico de la comunicación. Justamente en esta situación se requieren más interpretaciones, reflexiones e incluso críticas hacia los estudios ya realizados, así como planteamientos orientados hacia el futuro.

Por un lado, no se debe ignorar el peso innegable que aporta la teoría del *framing* y las tendencias de su aplicación en el ámbito académico. Por el otro, es imprescindible que la comunidad de los investigadores siga el camino de intentar clarificar la situación de la polisemia del concepto y realicen las prácticas sobre la base del *framing*, aportando nuevas interpretaciones y distintos enfoques que impulsen el avance de la disciplina.

Ante las limitaciones de las metodologías ya existentes y la tendencia del análisis de contenido cuantitativo en los estudios de encuadre, muchos estudiosos han señalado sus propias preocupaciones y planteamientos. Van Gorp (2007) señaló: “la naturaleza fuertemente abstracta de los encuadres implica que los métodos de investigación cuantitativos deben combinarse con las perspectivas interpretativas de los métodos cualitativos”.

Hay que tener en cuenta que la interpretación del lenguaje de las noticias no implica su codificación. En el fórum para los investigadores del *framing* con el fin de reflexionar sobre el desarrollo de los estudios bajo esta perspectiva teórica y sus limitaciones, Jack Lule (D’Angelo *et al.*, 2019), como profesor y decano del Departamento de Periodismo y Comunicación de la Universidad de Leigh, aconsejó que todos los encuadres deben explicarse con ejemplos para que los lectores tengan confianza sobre el lenguaje estudiado. Además, la atención al lenguaje corresponde a los fundamentos de la teoría del *framing*, la cual se vincula estrechamente con la interpretación de los textos, imágenes y acciones. En esta línea, la combinación del método cuantitativo y cualitativo puede convertir las posibles limitaciones en puntos fuertes, funcionando como complementaciones en los análisis de encuadre.

Además, en el discurso en este mismo fórum, Carragee (D’Angelo *et al.*, 2019) destacó que un enfoque sólido de la investigación sobre el *framing* requiere un examen del encuadre como proceso vinculado a la construcción social del significado y una comprensión sobre el patrocinio de encuadres a través de un análisis de los recursos disponibles.

#### 6.6.4 Hacia un programa de investigación multiparadigmático

La falta de una definición clara de consenso y los usos dispares del término han llevado a la afirmación de Entman (1993) sobre el análisis del *framing* como un “paradigma fracturado” de investigación (p. 51). Otro representante en las investigaciones del *framing*, Scheufele (1999), también comparte la idea de que las conceptualizaciones ambiguas del término se deben a la ausencia de un modelo teórico unificado. Aunque el análisis del *frame* implica una manera para detectar la influencia de los mensajes mediáticos en las consciencias de los receptores, no hay una declaración general que demuestre cómo los *frames* se insertan en un texto, cómo se manifiestan en él o cómo influyen en el pensamiento (Entman, 1993). En este contexto, se ve necesario construir una teoría coherente juntando las piezas sueltas.

Paradójicamente, las investigaciones del *frame* siguen siendo sólidas y problemáticas. Frente a esta realidad, si bien todavía no se ha llegado a un consenso sobre la conceptualización y las formas operativas del término, muchos autores consideran que el valor de la teoría del *framing* no consiste en su potencial de ser un paradigma unificado de investigación, sino en su capacidad de ser un marco teórico y metodológico heurístico e integrador con gran potencial analítico y explicativo (Amadeo, 2008; Druckman, 2001; Gaitán Moya *et al.*, 2016; Reese, 2007). De esta manera, el análisis del *framing* como “proyecto de investigación” da posibilidad de enfocar las diferentes etapas del proceso comunicativo con el fin de comprender cuáles son los encuadres aplicados en la elaboración y producción del contenido o averiguar sus efectos en la audiencia (Muñiz, 2020).

Sugieren considerarlo como un programa de investigación multiparadigmático e integrador, en el que la multiplicidad teórica y metodológica sea su característica propia (D’Angelo, 2002; Marín y Zamora, 2014). Todos los enfoques conceptuales y usos sirven para inspirar y orientar a los investigadores de los *frames* en el proceso de tratar los mensajes mediáticos en las distintas incidencias comunicativas. Al mismo tiempo, estos descubrimientos se convertirán en los conocimientos acumulativos de la teoría.

Tal como apunta D’Angelo (2002, 2012), la diversidad paradigmática puede contribuir a una vista global sobre los procesos del *framing*, y permite comprender los complejos efectos de los medios. Mientras tanto, el debate continúa en cuanto a cómo se conceptualizan los *frames* y cómo los definen los investigadores en su trabajo (Carragee y

Roefs, 2004), ya que las perspectivas que se obtienen sobre el *frame* en los análisis varía en función de la definición aplicada al término y a la metodología operativa empleada.

#### 6.6.5 *La imagen mediática, el framing y la agenda-setting*

La construcción de imágenes mediáticas, desde la perspectiva de la teoría del encuadre, es un intento por parte del encuadre informativo de lograr dominar el esquemático mental de los actores de la sociedad a través de la organización y elaboración de los recursos disponibles. En este proceso comunicativo, los medios de comunicación fabrican:

Una imagen característica para la opinión pública y política, en el conflicto-negociación entre agendas y significados... que componen imaginarios simbólicos susceptibles de ser empleados por la opinión pública. Estas imágenes y el significado que confieren a los problemas asociados constituyen parte del contexto de sentido e información en que operan los actores (colectivos e individuales, políticos y ciudadanos) (Martínez-Gutiérrez y Goenaga-Ruiz de Zuazu, 2021).

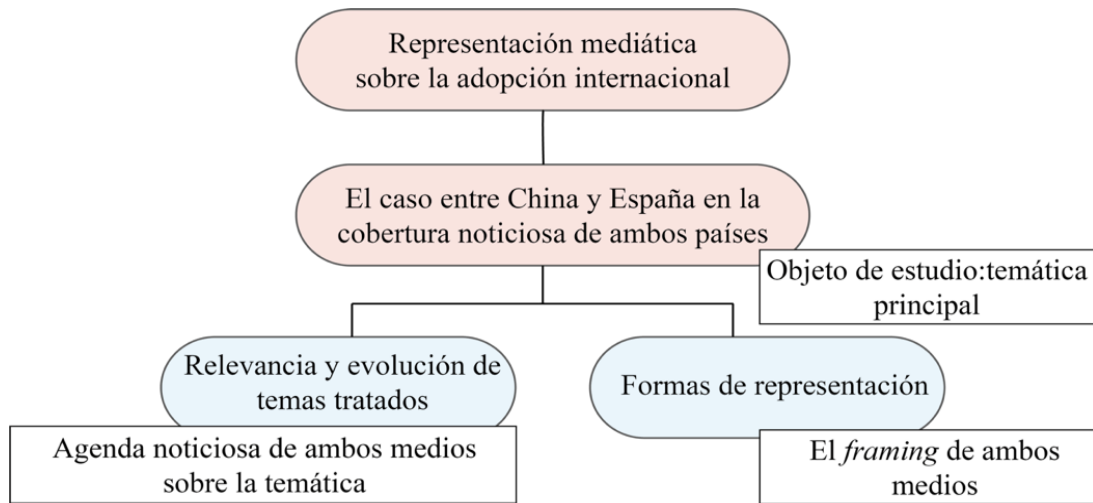
Los medios de comunicación no solo son relevantes en cuanto a la transferencia de una serie de temas al público, sino también en la transferencia de atributos asociados a estos temas. Así pues, se ha ampliado la connotación de la teoría tradicional de la *agenda-setting* (Mc Combs y Evatt, 1995). En relación con este denominado “segundo nivel” de la teoría del establecimiento de la agenda, los aspectos concretos o atributos del contenido mediático respecto a determinados temas quedan vinculados a la formación de la opinión pública. Partiendo del postulado de que las imágenes mediáticas influyen en las percepciones de los receptores sobre los actores que se representan en las noticias, es crucial aclarar cómo se condicionan las imágenes en los medios de comunicación. Como la teoría del *framing* se basa en la construcción de la realidad social, y la imagen mediática no es una simple proyección de la realidad en los medios, sino un proceso dinámico de comunicación que implica la construcción del significado de la realidad social, se considera que existe una conexión natural entre el *framing* y la construcción de la imagen mediática.

Cabe destacar que la opinión pública sobre el tema de la adopción internacional, el proceso y sus participantes nace en gran medida de las noticias y otros contenidos difundidos en los medios de comunicación. Los medios de comunicación fortalecen la atención pública en determinados temas. Los objetos que se presentan constantemente sugieren lo que los individuos de la masa deben pensar, conocer y las emociones que deben tener (McCombs y Shaw, 1972).

En esta línea, los temas que se seleccionan en los medios chinos y españoles sobre la adopción internacional sirven de base para que el público construya sus conocimientos e imágenes mentales sobre los protagonistas en los “relatos”. Conviene señalar que estas percepciones públicas sobre el mundo exterior a raíz de los contenidos mediáticos no son incambiables, sino que se van modificando con la acumulación de conocimientos a través de la interacción social, o simplemente mediante la adquisición de nuevos temas informativos de distintas fuentes. Resulta indispensable la diversidad de los temas —no generalizados y equilibrados— sobre el panorama y la evolución de la adopción internacional y los participantes por parte de los medios.

En el proceso de negociación entre la agenda temática y los significados del mensaje en torno al principal asunto tratado —la adopción internacional entre China y España— se elaboran y organizan símbolos y formas específicas de denominación y descripción para representar a los personajes que aparecen en las narraciones noticiosas. A partir de ahí se condicionan sus imágenes mediáticas, las cuales pueden emplearse para que los receptores de información obtengan una perspectiva sobre estos personajes con quienes no tienen interacción directa en la vida cotidiana. Los temas principales, los títulos llamativos, las descripciones, las palabras claves y las fotografías insertadas en los textos en las noticias se convierten en constructos significativos para la configuración de las imágenes mediáticas del objeto tratado; en nuestro caso, pueden ser las instituciones oficiales involucradas en el proceso de adopción, los adoptados de origen chino, sus familias biológicas y las familias adoptivas españolas. Con todo ellos se generan *a posteriori* representaciones sociales en la sociedad española y china (Figura 2).

Figura 2. Esquema de relación entre el objeto y los enfoques teóricos



Fuente: Elaboración propia.

### 6.7 La imagen mediática y la representación social

Con la llegada de las nuevas tecnologías y el surgimiento de los nuevos dispositivos de comunicación, se han diversificado nuestras formas de adquisición de información y de interacción interpersonal. Consideramos que los medios de comunicación siguen siendo ventanas importantes para nuestra percepción parcial del mundo y que gozan del poder de redefinir, reconstruir y reproducir la *realidad*. Tal como ilustra el pensamiento de Schutz, “las cosas quizá no sean lo que parecen y los objetos del mundo social están constituidos dentro de un marco de familiaridad y preconocimiento” (citado en Sádaba, 2008, p. 90). Lo que hacen los periodistas es informar sobre los sucesos objetivos y la vida social en conjunto; no tienen la capacidad de construir o crear la realidad en absoluto.

Si tenemos en cuenta la capacidad de los medios informativos a la hora de moldear nuestras imágenes mentales (Lippmann, 1922-2003), es lógico pensar que sus contenidos pueden repercutir en los conocimientos comunes del público en cuanto a los protagonistas de las narraciones periodísticas que indagamos desde la perspectiva de la teoría de la representación social (Moscovici, 1979).

El concepto de la “representación social”, según Moscovici (1979), hace referencia a las ideas, las intenciones y los conocimientos compartidos por los miembros de un

colectivo, una forma consensuada de pensamiento generada por la sociedad y que forma parte de una conciencia común mediante la comunicación social. En las interpretaciones de Bravo Rondón y Lamus de Rodríguez (2020) sobre el término, la representación social constituye:

Un producto sociocultural que condensa historia, actitudes, sentimientos, creencias, imágenes, relaciones, etc., que se derivan de las diversas fuentes de información disponibles, de los discursos, así como de las narrativas presentes en una sociedad y en conjunto juegan el rol de guía de la conducta del hombre como actor social (p. 224).

Así pues, los discursos noticiosos en los medios chinos y españoles en relación con la adopción internacional, además de contribuir a la formación de los conocimientos compartidos e interpretaciones entre el público chino y español sobre las “realidades” en torno a este *issue*, también desempeñan el papel de guías en la regulación del comportamiento cotidiano de los receptores. Es decir, funcionan como base del marco de familiaridad y preconocimiento para la futura conducta e impresión sobre los actores involucrados en la adopción y que han sido representados mediáticamente.

Los medios de comunicación son de gran importancia en la construcción de imágenes colectivas durante el proceso de fabricación de significados. Dichos significados condicionan una serie de “imágenes” de los protagonistas de las noticias. Con ello, se facilita la acumulación social de conocimiento sobre ellos, que acaban siendo la llamada “comunidad imaginada” (Anderson, 1991), es decir, una clasificación simple y generalizada de las personas en categorías o grupos sociales.

## 6.8 Los medios de comunicación y la construcción de identidad

En la sociedad contemporánea, los medios de comunicación constituyen los verdaderos gestores de las identidades públicas, estableciendo el régimen de visibilidad y reconocimiento público de las identidades colectivas (Sampedro Blanco, 2004). Esta función es aún mayor cuando se habla de colectivos sobre los que no tenemos experiencia

directa en la vida cotidiana. Los medios de difusión se convierten entonces en la fuente principal de información para conocerlos como sujetos representados e interpretados.

Según Sampedro Blanco (2004), las identidades mediáticas son “aquellas que son objeto de producción y difusión por parte de los medios de comunicación” (p. 135). Los medios presentan a los colectivos sociales de forma igualitaria o diferenciada a través de la construcción simbólica, seleccionando ciertos rasgos “naturales e inherentes” a determinados actores a los que se aplican (p. 146). Estas representaciones mediáticas y jerarquizaciones identitarias de los papeles sociales brindan a la audiencia recursos emocionales y cognitivos con los que reaccionan y que interiorizan. A partir de ahí forman sus propias percepciones y conocimientos sobre las relaciones sociales.

Asimismo, las representaciones mediáticas se encuentran en una posición importante para que los receptores se conozcan a sí mismos, conocimientos que luego repercuten en su interacción social con los demás. En palabras de Mc Quail (2005), estos contenidos mediáticos “son un almacén de recuerdos y un mapa que indican dónde estamos y quiénes somos (identidad), y también pueden proporcionar los materiales de orientación para el futuro” (p. 83, traducción propia).

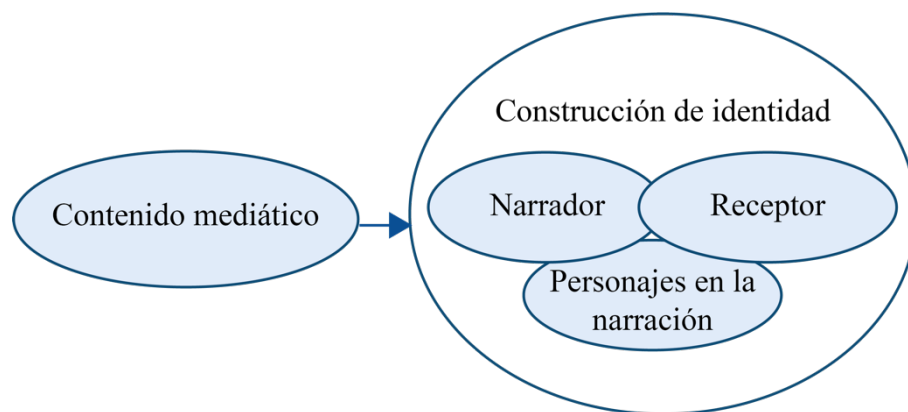
La cuestión de la identidad ha sido un tema de estudio que ha recibido la atención de varios campos, como la filosofía, la psicología, la sociología y la cultura. Cada campo se ha centrado en la doble construcción de la identidad y el discurso desde diferentes perspectivas. Mientras los hablantes utilizan el lenguaje para transmitir información, también están participando en una actividad social, fijando su propia identidad o la de los demás (Ran, 2007). El lenguaje constituye una herramienta indispensable para los seres humanos en los procesos comunicativos. La identidad personal influye en su elección y el uso de la lengua, y viceversa, el uso selectivo de la lengua refleja ciertos elementos de la identidad del usuario de esta.

Las narraciones noticiosas son una forma especial de comunicación y un proceso en el que intervienen múltiples actores, como los periodistas, los protagonistas de las narraciones y los receptores de las informaciones. En este proceso se construyen las identidades de las respectivas partes. Debemos tener en cuenta que la identidad no es un concepto estático, sino un proceso dinámico, y se construye mediante la interactividad entre el objeto y su entorno.

Influido por diferentes necesidades comunicativas y con diferentes propósitos, el narrador de noticias consigue construir identidades para sí mismo (identidad narrativa).

Los periodistas toman muchas decisiones diferentes al elaborar las noticias, y estas decisiones contribuyen a la construcción o resaltan inadvertidamente una determinada identidad de los periodistas. Además, las acciones de los profesionales construyen selectivamente identidades sobre los personajes de las noticias.

Figura 3. El contenido mediático y la construcción de identidad de usuarios del lenguaje



Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, los lectores de las noticias se ven influidos por las descripciones del narrador y construyen diferentes identidades para sí mismos en el proceso de lectura, puesto que no son receptores pasivos puros y simples, sino cada vez más críticos y activos. Al leer una noticia, la identidad del lector es la de un “observador”. Sin embargo, si la historia está lo suficientemente bien descrita, el lector se involucrará y se puede identificar con ella o, en el otro extremo, ser crítico.

Conviene destacar que, “el individuo llega a ser lo que los otros significantes lo consideran” (Berger y Luckmann 1967, p. 23). Las ideas, imágenes y connotaciones mediáticamente proyectadas pueden ejercer influencia en la construcción de la identidad de los propios niños adoptados, las familias adoptivas o los padres biológicos cuando ellos mismos son consumidores de estos mensajes. Dichas representaciones mediáticas, simplificadas o no, facilitan sus conocimientos sobre sí mismos a partir de espejos ajenos, y las interpretaciones o emociones producidas a lo largo de este proceso llegan a ser parte de su autopercepción y autodefinition. O también puede ocurrir que las definiciones acerca de ellos en los medios contrasten con sus autoidentificaciones.

En el contexto de la globalización, consideramos que la identidad es un proceso complejo, dinámico y fenómeno híbrido. Según Castells (2003), la identidad para los actores sociales constituye “el proceso de construcción del sentido atendiendo a un atributo cultural, o un conjunto relacionado de atributos culturales, al que se da prioridad sobre el resto de las fuentes de sentido. Para un individuo determinado o un actor colectivo puede haber una pluralidad de identidades. No obstante, tal pluralidad es una fuente de tensión y construcción tanto en la representación de uno mismo como en la acción social” (p. 34).

A lo largo del proceso de comunicación, las personas eligen de manera activa qué identidades mostrarán o evitarán, en qué momentos y en qué contextos, por lo que es un proceso autónomo, selectivo y dinámico. Las nuevas tecnologías permiten que los protagonistas de las narraciones noticiosas también puedan ser autores de la información, construyendo sus identidades narrativas. Esto se observa en casos donde los adoptados o las familias adoptivas elaboran los contenidos noticiosos o comparten sus experiencias en los espacios digitales, como la web y los blogs. En el presente estudio, nuestro enfoque sobre las imágenes de los participantes de la adopción internacional en la cobertura noticiosa nos da una vía para conocer cómo sus identidades han sido construidas por la representación ajena y también auto narradas si ellos mismos han dado los discursos.

El concepto de la “identidad social” alude a “aquella parte del autoconcepto de un individuo que deriva del conocimiento de su pertenencia a un grupo (o grupos) social junto con el significado valorativo y emocional asociado a dicha pertenencia” (Tajfel, 1984, p. 292). Sostenemos aquí que los contenidos mediáticos constituyen dispositivos identitarios que tienden a categorizar las relaciones sociales sobre la base de variados símbolos, los cuales gozan de significados comprensibles en función del contexto socio-cultural en que se insertan. En consecuencia, la acción de explorar los contenidos mediáticos —en relación con nuestro interés de investigación— resulta indispensable a la hora de pensar en el bienestar de las personas o grupos concernientes al fenómeno social que enfocamos.

Los medios de comunicación construyen recursos simbólicos con los que los adolescentes interactúan en la construcción de su propia identidad (Pindado, 2006). Los contenidos mediáticos que experimentan formarán parte de su experiencia en una sociedad cada vez más mediatizada, en la que personas de diferentes condiciones (nación, religión, etnia, profesión, sexo, grupos de pertenencia...) tienen la posibilidad (aunque no la misma

visibilidad y no de la misma manera) de ser representados. Conviene señalar que la diversidad de materiales mediáticos y fuentes hacen que uno muestre incertidumbre frente a un “yo” inestable o una identidad única (Pindado, 2006).

No es nuestra intención confundir culturalmente los adoptados de origen chino con los inmigrantes chinos o tachar su relación con la diáspora china en el extranjero. El objetivo de nuestro debate sobre la relación entre la representación mediática con la construcción identitaria y la formación de imagen social de los actores culturales, en realidad, es proporcionar una base teórica para nuestro análisis exploratorio sobre las imágenes construidas, según el caso, en la representación de los adoptados, sus familias adoptivas y biológicas en los medios de comunicación.

Los estereotipos son estructuras cognitivas que simplifican las relaciones sociales, determinando la pertenencia de un individuo a un grupo o categoría social a partir de un conjunto de rasgos perceptuales salientes (Stangor, 2009). Posteriormente, estos conocimientos simplificados ejercen su influencia en la interacción de los ciudadanos entre otros grupos sociales. Así pues, cuando los lectores españoles leen noticias sobre los adoptados de origen chino, pueden relacionarlos con los prenocimientos que poseen sobre los chinos y la cultura china, y luego estas interpretaciones formarán parte de los nuevos conocimientos al respecto.

De hecho, los efectos cognitivos que puede tener el contenido de los medios de comunicación en el proceso de construcción de la identidad de los adoptados, y su imagen social, es el impulso original que ha motivado a la investigadora para la exploración del contenido de los medios. Los medios de comunicación pueden tener sesgos a la hora de plasmar las imágenes de los personajes a través de la construcción simbólica, dotándolos de caracteres que se consideren comunes e “inherentes” al colectivo, e ignorando las diferencias entre sí desde sus experiencias particulares y dinámicas. Además de comparar y analizar las similitudes y diferencias en la cobertura mediática de un mismo acontecimiento en diferentes contextos socioculturales (China y España), este estudio pretende promover una representación mediática diversa y considerada de las personas implicadas. Para conseguir una visibilidad identitaria más variable y abierta, Sampedro Blanco (2004) ha hecho sus propias interpretaciones:

La conclusión obvia apunta a que solo cambiando la lógica de la producción de las identidades mediáticas o dotando de recursos comunicativos a los sectores más

marginados (populares, minoritarios y opositores) puede plantearse un régimen de visibilidad identitaria más plural y abierta. No necesariamente “más real”, pero sí “más dialogante” (p. 146).

De igual forma, con el análisis y discusión sobre los contenidos mediáticos sobre la temática pretendemos atenuar la estigmatización hacia los adoptados, las familias adoptivas, biológicas u otras partes concernientes en la adopción internacional. Puesto que, en el contexto de la cobertura noticiosa, la estigmatización de un grupo ocurre cuando este grupo está relacionado con atributos negativos en relatos noticiosos (Kline *et al.*, 2006). Con todo, aportamos nuestro pequeño esfuerzo, modesto pero decidido, con el fin de impulsar la formación de una sociedad multicultural, solidaria e inclusiva.

## 7. Metodología

### 7.1 El diseño metodológico: investigación mixta

Al tener en cuenta los objetivos y preguntas planteados para tratar el objeto de nuestra investigación y su naturaleza compleja, consideramos que la investigación mixta es el enfoque metodológico más adecuado para el presente estudio. Se combinan técnicas de perspectiva cualitativa y cuantitativa, así como conceptualizaciones teóricas diferentes de cara a las distintas etapas de la investigación para obtener una perspectiva más cercana del tratamiento informativo del fenómeno de la adopción entre China y España.

El diseño metodológico se determina tras la revisión de literatura académica en torno a la clarificación de la teoría del *framing* y *agenda-setting* (Ardèvol-Abreu *et al.*, 2020; Guzmán Beltrán, 2020; Marín y Zamora, 2014) y su aplicación (Guzmán, 2016; Marín Albaladejo, 2017; Van Gorp, 2007). Además, cabe destacar que el diseño de la investigación ha tenido en cuenta los enfoques de los estudios anteriores relacionados con la representación mediática de la adopción internacional (Anzil, 2013a, 2013b; Jacobson, 2014; Kline *et al.*, 2006, 2009; Maxwell y Cook, 2014; Morton y Shelton, 2019; Popa-Mabe, 2010; Struve, 2005; Vich Bertran, 2012).

A continuación, se ofrecen más explicaciones sobre el método mixto y sus ventajas para el estudio actual, así como las consideraciones que ha tenido la investigadora a la hora de diseñar los procedimientos de la investigación.

La metodología mixta constituye una forma exhaustiva, compleja y rica para abordar cuestiones relacionadas con la cobertura periodística (Champagne-Poirier *et al.*, 2021). Se trata de una metodología que se ha desarrollado con gran celeridad gracias a las aportaciones de diferentes disciplinas en los últimos treinta años. En cuanto a su definición del dicho método, Johnson *et al.* (2007) concluyeron que:

La investigación mixta constituye un tipo de investigación en el que el investigador o un grupo de investigadores combina elementos de la investigación cualitativa y cuantitativa (por ejemplo: uso de perspectivas cualitativa y cuantitativa, recopilación y análisis de datos, técnicas interferencias), con el propósito de lograr una comprensión amplia y profunda y corroboración (traducción propia, p. 123).

El análisis cualitativo consiste en una manera de explorar y comprender el significado que los individuos o grupos dan a los problemas sociales o humanos (análisis de caso y preguntas abiertas), y el análisis cuantitativo es la forma de probar teorías objetivas o preguntas cerradas mediante el examen de la relación entre variables (Creswell, 2009). Sobre esta base hemos diseñado las hipótesis y preguntas abiertas de nuestra investigación. Los planteamientos en torno a las hipótesis y preguntas, además de orientarnos a conseguir los objetivos de la investigación, justifican la lógica y necesidad por las que hemos adoptado el método mixto. Con la aplicación del método mixto se pretende aliviar la segmentación metodológica habitual en el análisis del discurso periodístico, al explotar los puntos fuertes de dos enfoques que generalmente se perciben como opuestos.

En los inicios de la investigación con métodos mixtos, “mixto” se situaba más en el nivel de las herramientas técnicas, con el énfasis en la recogida y el análisis de datos cualitativos y cuantitativos en el mismo estudio. Hoy en día, cada vez más investigadores coinciden en que “mixto” no solo implica compartir métodos cuantitativos y cualitativos, sino que también incluye la integración de conceptos filosóficos y posturas teóricas junto con las técnicas: la investigación con métodos mixtos se considera el “tercer paradigma de investigación” (Johnson y Onwuegbuzie, 2004, p. 15, traducción propia), una metodología independiente y diferente de la investigación cuantitativa y cualitativa.

Tal como argumentan Creswell y Plano Clark (2007), el método mixto no se limita a la recopilación y análisis de ambos tipos de datos, sino que también hace hincapié en el uso de ambos enfoques para que la fuerza global de un estudio sea mayor que una sola investigación cualitativa o cuantitativa.

Una de las principales razones por las que elegimos el método mixto es su potencial para recopilar, analizar e interpretar tanto datos cuantitativos como cualitativos. Estas características nos sirven para alcanzar los objetivos que nos planteamos a fin de conseguir descubrimientos generales, y también para llegar a comprender en detalle los significados de nuestro objeto de investigación. El enfoque deductivo-cuantitativo del método mixto nos ofrece la oportunidad de contestar a nuestras hipótesis (preguntas cerradas) y hablar sobre las variables y características de las noticias:

- La detección de la relevancia de los temas
- La evolución longitudinal de los temas
- La distribución de los titulares según su función comunicativa

- La distribución de los actores y personajes cuyas opiniones son visibles
- El contexto humano en las imágenes insertadas en las noticias

Mientras que el enfoque inductivo-cualitativo nos permite contestar las preguntas abiertas que planteamos para la investigación. Además, nos facilita una comprensión más rica, examinando los significados particulares en la narrativa tanto textual como visual en la contextualización de la adopción internacional, como, por ejemplo:

- La selección del léxico en los titulares
- Las descripciones sobre los adoptados y los padres adoptivos
- Las formas discursivas en la construcción del origen de los adoptados
- Los símbolos connotativos que se aplican en la producción de significado
- Los atributos relacionados con el sistema adoptivo de China en diferentes etapas
- Cómo se representa la relación familiar a través de los mensajes visuales

Asimismo, las orientaciones teóricas con las que interpretamos el fenómeno en cuestión dan lugar al planteamiento de una investigación de método mixto transformativo, concretamente la teoría de *agenda-setting* y del *framing*. Según Creswell (2009):

Los procedimientos de métodos mixtos transformativos son aquellos en que el investigador utiliza una lente teórica como una perspectiva general en un diseño que contiene tanto datos cualitativos como cuantitativos. Esta lente proporciona un marco para los temas de interés, los métodos para recopilación de datos, los resultados o cambios anticipados por el estudio (traducción propia, p. 15).

Conviene tener en cuenta que se emplean indicadores cuantitativos y cualitativos de forma combinada en las partes de análisis de aproximación a la representación textual y visual de la adopción internacional China-España. La aplicación de la perspectiva del *framing* implica el enfoque cualitativo-cuantitativo sobre los componentes que pueden dejar huellas del encuadre, y la orientación de la teoría de *agenda-setting* requiere un enfoque cuantitativo de los temas tratados a través del análisis de contenido. Los procedimientos y relaciones de categorías se explican en los siguientes apartados.

### 7.1.1 La teoría del *framing* y la *agenda-setting* como enfoques de manera complementaria

Hasta la fecha no se ha cerrado el debate sobre si la teoría del *framing* constituye la extensión del segundo nivel de la *agenda-setting* o es una teoría independiente aún. En la presente investigación reconocemos la teoría de la *agenda-setting* y la teoría del *framing* como conceptualizaciones independientes. Parafraseando a Ardèvol-Abreu (2015), la teoría de agenda se centra en la cantidad de atención que recibe un acontecimiento (la relevancia del tema) o sus atributos por parte de los medios, y el tiempo de exposición de los receptores al mensaje, mientras que para la teoría del *framing* el aspecto clave lo constituye la manera en que se describe el tema o acontecimiento, así como el contexto que se activa para interpretarlo.

Sin embargo, no se puede ignorar el potencial que otorga la adopción de estas dos herramientas de manera complementaria para abordar los procesos comunicativos (Guzmán, 2016, 2020) de nuestros discursos periodísticos seleccionados. Dicha combinación de lentes teóricas contribuye a una comprensión integral de la representación mediática sobre nuestro caso de estudio, así como a una visión más panorámica sobre los posibles efectos de estos contenidos en la formación de la opinión pública acerca de la adopción internacional entre China y España y sus principales participantes.

Por un lado, nos interesa conocer cuáles son los temas o asuntos (establecimiento de agenda) que se incluyen en la agenda mediática del país de origen (China) y del país de acogida (España) a la hora de tratar la temática, así como la relevancia de estos temas y su evolución en los medios seleccionados. Por el otro, nos llama la atención cómo los diferentes medios seleccionan y enfatizan algunos aspectos de estas realidades percibidas (Entman, 1993), activando los esquemas interpretativos en los receptores para que interpreten los asuntos de una manera concreta (proceso del *framing*).

Además de presentar los hallazgos en la narrativa y la descripción de las noticias, nos adentramos en la obtención de conocimientos generales sobre otros componentes de las noticias (aparte de los temas), siguiendo la tendencia de una combinación de análisis cualitativo y cuantitativo para entender la representación y el *framing* en la comunicación (Véase el apartado 6.6.3.1 de la parte I). Nuestro interés sobre determinados componentes de las noticias —como los titulares, los actores, las imágenes visuales, los datos estadísticos, la selección de fuentes, las metáforas y las diferentes formas en la definición del

problema— está condicionado por las definiciones e interpretaciones de los estudiosos (Entman, 1993; Gamson y Modigliani, 1989; Tankard, 2001) en el análisis del *framing*.

Sostenemos aquí la idea de que el proceso exploratorio sobre la selección y jerarquización temática ayudará al trabajo de interpretación del *framing* de los objetos. Guo *et al.* (2012) plantearon en el trabajo la comparación del *framing* transnacional como nuevo modelo de investigación. Los “temas” pueden servir de indicadores mediante los cuales los investigadores y/o codificadores identifiquen el encuadre. De este modo, nuestro enfoque hacia los “temas” de las noticias de los medios chinos y españoles nos ayudaría a detectar y conocer las características de la representación que se aplican a una misma temática, pero en contextos diferentes.

## 7.2 Procedimientos de la investigación

Nuestros procedimientos de investigación (Figura 4) empiezan por la recopilación de noticias en los medios chinos y españoles seleccionados. Establecemos fichas de Excel para cada medio y organizamos las noticias de cada uno según el orden descendiente de la fecha de publicación, junto con su titular. Para proceder al análisis de la representación visual, establecemos fichas de imágenes para cada medio, acompañando al lado las informaciones básicas de cada noticia.

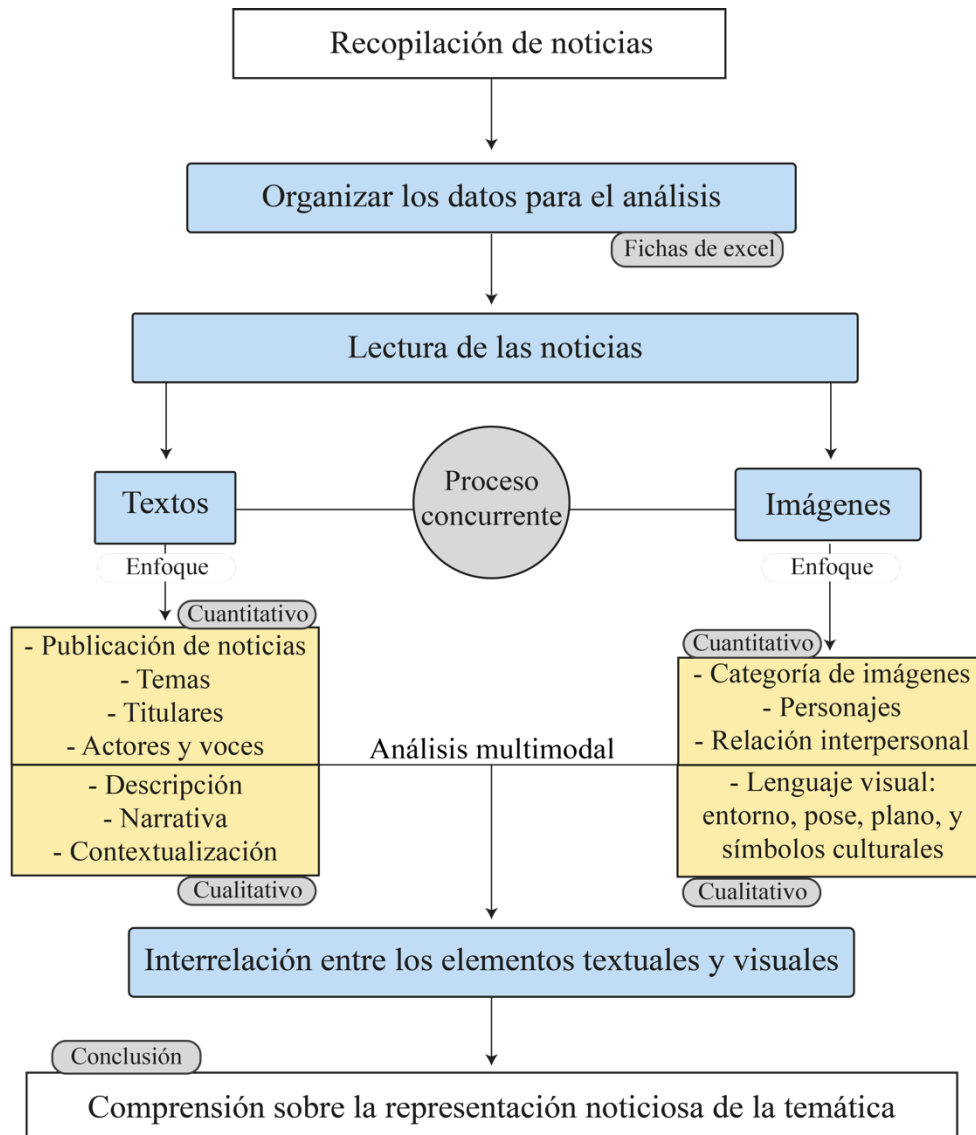
En el proceso de lectura de los elementos textuales y visuales, anotamos los resultados de las codificaciones en cada columna de categorías establecidas previamente como enfoques de análisis cuantitativo. Al mismo tiempo, consignamos los puntos de interés emergentes y las observaciones que suscita la lectura en los espacios en blanco que establecemos para cada noticia.

Presentamos los resultados de los datos cuantitativos primero, y después, los datos cualitativos, según los bloques que enfocamos. Conviene subrayar que habíamos organizado y analizado dos tipos de datos de forma concurrente. En algunos casos, en el mismo apartado de presentación de los resultados en que predominan los de tipo estadístico, añadimos ejemplos para facilitar y mejorar la comprensión de la cuestión que enfocamos. En la parte de presentación de nuestros descubrimientos cualitativos, agregamos las citas de los fragmentos y descripciones originales de las noticias como recursos complementarios. Así pues, nuestro proceso de recopilación y análisis de datos han correspondido y seguido

a las explicaciones sobre las estrategias del “método mixto concurrente”. Tal como argumenta (Creswell, 2009):

Los procedimientos de los métodos mixtos concurrentes son aquellos en que el investigador converge o fusiona datos cualitativos y cuantitativos con el fin de proveer un análisis comprensivo del problema de investigación. En este diseño, el investigador colecciona ambas formas de datos al mismo tiempo y luego integrar la información en la interpretación de los resultados globales (traducción propia p. 14).

Figura 4. Procedimientos de la investigación



Fuente: Elaboración propia.

### 7.2.1 *El orden y la división de la tesis*

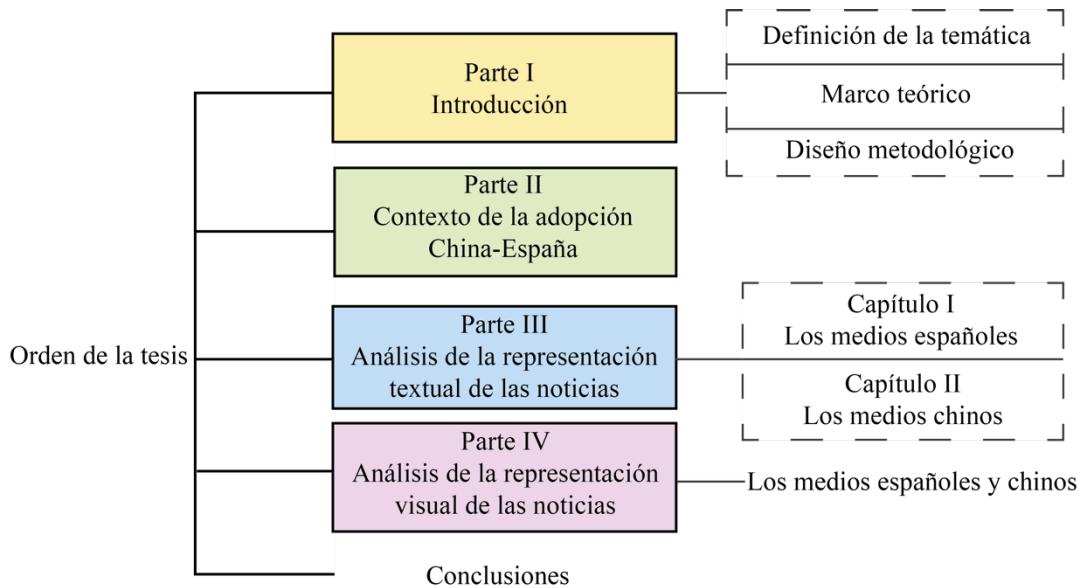
La presente tesis se compone de cuatro partes principales (Figura 5), aparte de las conclusiones:

- Como Parte I se sitúa la introducción. En ella se plasman la definición del objeto de la investigación, los objetivos, las hipótesis y preguntas planteadas al respecto, así como el estado de los estudios relacionados con la cobertura mediática de la adopción internacional. Además, se presentan los conceptos y perspectivas teóricas que nos orientan a lo largo de la investigación, nuestro diseño metodológico y la construcción del corpus.
- La Parte II consiste en la plasmación del contexto de la evolución de la adopción internacional China-España, así como la muestra de los datos estadísticos necesarios sobre su evolución. Al mismo tiempo, hay que tener presente que no es un fenómeno aislado, sino que forma parte de la evolución conjunta —y se correlaciona con ella— de la adopción internacional en China como sociedad de origen y en España como sociedad de acogida. A partir de esta consideración, también es importante mencionar en esta parte la información del contexto sociocultural e histórico en que surge dicho fenómeno.
- Para tratar la representación noticiosa de la temática, dividimos el análisis en la parte de representación textual (Parte III) y la parte de representación visual (Parte IV) de los medios seleccionados de ambos países. La Parte III dispone de dos capítulos separados para la representación de los medios chinos y españoles. A continuación, se explican los detalles y enfoques del análisis.
- A partir de la Parte III empezamos el análisis de la representación textual de las noticias de los medios españoles (Capítulo I) y de los medios chinos (Capítulo II), con enfoque cualitativo y cuantitativo. En concreto, perseguimos en ambos medios la relevancia de los temas tratados para abordar la temática; la distribución y evolución longitudinal de los temas; la distribución de los titulares según la función comunicativa; la distribución de los actores mencionados en las noticias, y la distribución de los personajes que pueden aportar sus propias voces en el discurso. Posteriormente, añadimos en cada bloque el análisis cualitativo para interpretar los hallazgos obtenidos durante el proceso exploratorio de lectura de

las noticias. Las categorías de códigos que vamos a aplicar en esta parte de análisis se explican en los siguientes apartados.

- La Parte IV consiste en el análisis de la representación visual de los medios españoles y chinos de forma sucesiva. Prestamos aquí nuestra atención a detectar la presencia de los protagonistas, el entorno y las relaciones interpersonales que se presentan en las imágenes insertadas en las noticias. Además, se incluyen los símbolos culturales chinos que se han empleado para configurar el significado visual de la adopción internacional. Las categorías que se forman se deben a la experiencia y el conocimiento que ya se ha adquirido en el análisis sobre la representación textual de la temática; concretamente, aquellos temas y protagonistas que pueden ser relevantes.

Figura 5. División y orden de la tesis



Fuente: Elaboración propia.

## 7.3 Definición del periodo y corpus de investigación

### 7.3.1 *El periodo de investigación*

Los objetos principales de la presente investigación son las noticias de los medios chinos y españoles seleccionados que han tratado la adopción internacional entre ambos países entre el 27 de julio de 1997 y el 25 de diciembre de 2020. Las fechas concretas corresponden a la primera y última noticias que hemos localizado durante este periodo.

La determinación del periodo de estudio obedece al hecho de que, por un lado, en las instituciones españolas empieza a haber datos estadísticos oficiales sobre la adopción entre ambos países a partir del año 1997. Y, por otro, debido a la irrupción de la pandemia de COVID-19 se condicionó la suspensión temporal de la tramitación de adopción internacional en muchos países de origen, entre ellos China. Consideramos que este periodo es suficientemente prolongado como para poder ofrecer una perspectiva de la representación sobre las diferentes etapas del fenómeno que nos ocupa.

### 7.3.2 *El corpus de investigación*

#### 7.3.2.1 Medios españoles: *ABC* y *El País*

Las razones de nuestra elección de *ABC* y *El País* residen en que se trata de dos de los periódicos con mayor influencia nacional de España, y además cuentan con diferentes líneas editoriales. En concreto, *El País* generalmente es considerado como un medio con perfil ideológico de centroizquierda, y *ABC* ha sido un periódico conservador y monárquico, con ideología de derechas, que enfatiza la identidad nacional y los valores tradicionales.

Detectamos en ambos diarios coberturas longitudinales sobre la temática, y consideramos que el enfoque de ambos medios de comunicación nos proporcionará posibilidades de estudiar los diferentes matices de representación teniendo en cuenta las características de sus orientaciones políticas. Utilizamos la hemeroteca de *My News* para localizar las noticias de ambos medios publicadas durante el periodo que hemos definido. Procedimos a la búsqueda con las palabras claves “adopción internacional China” en el periodo 1997-2020. En total encontramos 126 noticias en estos dos medios que integramos

a nuestro corpus. Presentamos los detalles de las características de la publicación de las noticias en la parte de análisis.

### 7.3.2.2 Medios chinos: *Ouhua* y *Sohu*

Antes de seleccionar los medios chinos, llevamos a cabo una revisión en el mayor buscador chino BaiDu (百度 [www.baidu.com](http://www.baidu.com)) y la base de datos en línea WiseSearch<sup>8</sup> ([wisearch.wisers.net](http://wisearch.wisers.net)) con una serie de palabras clave, a fin de obtener una visión panorámica sobre la situación de la representación mediática respecto a este asunto. Durante todo el proceso no se puso límite de fechas para sacar más informaciones relevantes. Las palabras clave se definieron según el conocimiento previo de la investigadora sobre la cuestión del estudio. Finalmente optamos por dos medios chinos con características diferentes —*Ouhua* y *Sohu*— que, a nuestro juicio, podrían ser representativos de la cobertura informativa sobre el tema (los que más noticias han ofrecido sobre el tema específico de la adopción) y que son accesibles para el público.

#### *Ouhua* como ejemplo de los medios chinos en España

El Grupo Ouhua Medios de Comunicación (*Ouhua*: 欧华) fue fundado el 8 de diciembre de 2002, tiene sede en Madrid y reporteros en Barcelona y Valencia. También cuenta con oficina de representación en China continental. Es miembro de la Asociación Española de Editoriales de Publicaciones Periódicas (AEEPP) y de la Federation Internationale de la Press Periodique (FIPP). Asimismo, colabora con los principales medios de comunicación chinos, como la *Agencia de Noticias Chinas* (中国新闻社) y la *Agencia de Noticias Xinhua* (新华社). *Ouhua* es considerada hoy en día como el mayor medio de comunicación chino en España<sup>9</sup>.

Con el desarrollo de la tecnología de la comunicación, las formas y los canales de distribución de la información se han ido diversificando y ha llegado la era de los nuevos

---

<sup>8</sup> La base de datos *WiseSearch* (慧科搜索 en chino) fue creada por *Wisers Information Limited* de Hong Kong. La información de noticias incluida puede remontarse hasta 1998, lo que proporciona a los usuarios una valiosa información histórica. Se trata de una plataforma útil para los analistas y estudiantes chinos a la hora de elaborar un estudio en el campo de la comunicación.

<sup>9</sup> Grupo *Ouhua* en España gana premio por su Trayectoria Profesional (27-02-18), *Xinhua Español*, consulta en [http://spanish.xinhuanet.com-2018-02-27-c\\_137002927.htm](http://spanish.xinhuanet.com-2018-02-27-c_137002927.htm).

medios. Los medios de comunicación chinos en el extranjero también han seguido la tendencia y han iniciado el desarrollo de plataformas multimedia. En 2004, se fundó la página web de *Ouhua* (<http://www.ouhua.info/>) para el público chino, y la versión en español *El Mandarín* (<http://elmandarin.es/>) para los lectores de habla hispana.

En 2012, con motivo del décimo aniversario de la publicación de *Ouhua*, se abrió su cuenta oficial en Weibo y WeChat. En 2013, se creó una cuenta de Facebook para ampliar la audiencia y atraer la atención de los españoles interesados en la cultura china. En 2016, *Ouhua* lanzó su versión móvil para facilitar el acceso digital a los lectores. Teniendo en cuenta las costumbres de los miembros de la comunidad china y las principales formas de adquisición de la información, lo habitual es que prestemos atención especialmente a las noticias publicadas en la cuenta de WeChat de *Ouhua* sobre la temática.

La estrategia de producción y distribución de contenidos se guía por los hábitos de lectura y los intereses de los usuarios. El *agenda-setting* de *Ouhua* se centra en las noticias relacionadas con los temas que más preocupan a los miembros de la comunidad china en España. Su cuenta de WeChat constituye un espacio integral de informaciones en chino cuyo objetivo es mantener al día a sus usuarios sobre la actualidad española en temas de política, economía, cultura, etc., y en muchos casos se seleccionan los cambios políticos que pueden afectar a la comunidad y los nuevos intercambios entre China y España. Además, también está a la orden del día sobre sucesos importantes relacionados con la comunidad china; entre otras noticias, se incluyen las actividades culturales. Los foros de su cuenta de WeChat establecen un mecanismo eficaz de comunicación y retroalimentación con la audiencia.

Cabe destacar que *Ouhua* es un medio de comunicación privado sin apoyos gubernamentales. No obstante, esto no significa que sea totalmente libre en su línea editorial y que no reciba presiones por parte del Gobierno chino debido a la importancia de sostener ideologías políticamente “apropiadas” para un medio en chino.

Mantener una postura política “adecuada” constituye la premisa para que un medio en chino tenga buena reputación en China y logre el reconocimiento por parte de sus compatriotas, entre quienes se encuentran los accionistas y patrocinadores que financian el funcionamiento de esta editorial (Long, 2020, p. 27).

### Sohu como plataforma de noticias en China

*Sohu* (搜狐) es un portal chino que ofrece a los usuarios acceso a la información más reciente las 24 horas del día, así como servicios de búsqueda, correo electrónico y otros servicios de red. El contenido incluye acontecimientos mundiales, noticias de última hora y comentarios de actualidad. Además, durante el proceso de recogida de datos, hay dos medios chinos ubicados en España con mucha relevancia en el caso, pues ofrecen información sobre las adopciones.

Una vez identificados los medios, el siguiente paso es usar las palabras clave concretadas en la cuenta pública de WeChat de *Ouhua* y la hemeroteca de *Sohu* para iniciar la recopilación de noticias. Las palabras clave como indicadores durante la búsqueda en los medios chinos incluyen: 西班牙领养, 在西班牙被领养的中国儿童-女孩. Las traducciones respectivas en español son: 1) adopción de España, 2) los menores chinos adoptados en España, 3) las niñas adoptadas de origen chino.

Después de introducir las palabras clave en la base de datos o en la plataforma, y realizar la comprobación manual y la eliminación de los artículos repetidos y no válidos, se obtiene un total de 66 noticias en los medios chinos. Todas las noticias recopiladas pertenecen al periodo 1997-2020. Se registra cada noticia según su fecha de publicación y titular en fichas de Excel para el examen posterior.

#### 7.3.2.3 Otros medios complementarios

Cabe destacar que hemos hecho una aproximación al contexto del fenómeno de la adopción internacional y su representación en general utilizando materiales documentales y audiovisuales desde otros medios complementarios. Entre otros, se encuentran: *Eulam*<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> *Eulam* (欧浪集团) constituye el grupo editorial chino más grande de España, compuesto entre otros por *HuaXin Bao* (华新报), el periódico más antiguo enfocado a la diáspora china residente en España, *Zhongguo Bao* (中国报) y EULAM.com, que se fundó en el 2003. Desde su creación, EULAM.com es una de las referencias para la comunidad china en España en cuanto a la adquisición de información. Su cuenta oficial en WeChat, como el caso de *Ouhua*, también ofrece servicio de publicación y renovación de noticias diarias de diversas categorías, que son leídas y compartidas por los usuarios. Se puede consultar más información sobre el Grupo EULAM en: <https://docplayer.es-83856189-Acercandote-a-la-comunidad-china-medios-de-comunicacion-brochurename-or-the-title.html>.

(欧浪); *Agencia de Noticias China*<sup>11</sup> (*China News Service: 中国新闻网*); *El Diario del Pueblo*<sup>12</sup> (人民日报), *El Mundo*, *20 Minutos*, *La Vanguardia*, documentos oficiales del país de origen y boletines oficiales del país de acogida sobre los cambios jurídicos relacionados con el proceso de adopción. Además, se han mencionado algunos documentales y películas vinculadas con la temática, como el caso de los documentales *Las habitaciones de la muerte* (1995), *Generación Mei-Ming: miradas desde la adolescencia* (2015) y la película *Chinas* (2023).

## 7.4 Definición y clasificación de categorías

### 7.4.1 Temas

Para contestar a la pregunta de cuáles son los temas con más cobertura en las noticias de los medios seleccionados chinos y españoles, así como las características de sus enfoques, nos adentramos en la lectura detallada y la interpretación de las noticias. Procedemos a la identificación y clasificación de contenidos que se encuadran según las catorce categorías de temas previamente establecidos, las cuales reflejan especialmente las “realidades” en torno a la adopción internacional entre el país de origen (China) y el país de acogida (España) y sus protagonistas. Este procedimiento también nos proporciona la oportunidad de explorar cuáles son los temas con mayor relevancia y cuáles son los omitidos o ignorados en los medios.

Las categorías y definiciones de temas se elaboran a partir de dos consideraciones: en primer lugar, se basan en el conocimiento de la investigadora sobre el contexto de la adopción internacional China-España, teniendo en cuenta la complejidad de los factores socioculturales y económicos involucrados y las características de los propios discursos noticiosos. En segundo lugar, se sustentan por los estudios sobre la cobertura noticiosa de la adopción internacional (Anzil, 2011; Anzil, 2013b; Morton y Shelton, 2019; Popa-

---

<sup>11</sup> *China News Service* ha sido la segunda mayor agencia de noticias de China, detrás de *Xinhua Agencia*. Anteriormente fue gestionada por la Oficina de Asuntos de Chinos de Ultramar, que absorbió el Departamento de Trabajo del Frente Unido del Comité Central del Partido Comunista de China en 2018. <https://www.chinanews.com.cn>- corresponde a la página oficial gestionada por dicha agencia.

<sup>12</sup> *El Diario del Pueblo* es un periódico en chino simplificado publicado por primera vez el 15 de junio de 1948. Es el periódico oficial del Partido Comunista de China. Su versión en español: <http://spanish.people-daily.com.cn>.

Mabe, 2010), así como por un estudio sobre la representación de la adopción transnacional china en la literatura infantil (Sun, 2016). Mediante la revisión de estos materiales, hemos conseguido formular ideas sobre los temas que pueden tratarse cuando se habla sobre la adopción internacional China-España. Según Bergquist (2007), la representación de la adopción desde Asia implica énfasis en temas como la relación entre la familia adoptiva y la biológica, la construcción de la identidad y el contexto sociopolítico de abandono y adopción.

Hemos establecido catorce temas principales alrededor de la representación noticiosa de la adopción internacional China-España (Tabla 1), cuyas explicaciones detalladas se van enriqueciendo y mejorando a tenor de los nuevos descubrimientos en el proceso de la lectura detallada y la codificación de las noticias en los medios seleccionados.

Tabla 1. Categorías de temas y su definición

| Temas   | Definición  |
|---|---|
| 1. Integración social                         | Historias sobre la adaptación en el entorno social, escolar y familiar de los adoptados en España. Contenidos sobre la comunicación familiar entre los padres y adoptados, casos y experiencias de discriminación por rasgos fenotípicos-etnias diferentes con la mayoría de las personas en el entorno escolar y social también incluídos.   |
| 2. Adopción internacional y salud             | Historias que hablan sobre el estado físico y nutricional, adaptación psicoemocional, desarrollo del lenguaje, o las posibles patologías que puedan tener los adoptados por la falta de recursos sanitarios y condiciones precarias de higiene por la experiencia de institucionalización.  |
| 3. Identidad y adolescencia                   | Historias sobre la entrada en la adolescencia de los adoptados, que suelen enfrentarse a confusión respecto a la identidad china-española, y cómo se perciben ellos mismos <i>versus</i> cómo los perciben los demás en el entorno social, así como los cambios que lleva consigo el crecimiento de los adoptados.  |
| 4. Adopción internacional y cultura de origen | Historias sobre actividades participadas y realizadas por las familias adoptivas y las instituciones y asociaciones pertinentes en la adopción internacional para establecer el vínculo entre los adoptados con la cultura china. La mayoría de los casos tienen lugar en España: clases de chino, celebración de fiestas chinas, campamentos de verano, exposiciones de fotografía, concursos de talentos y discursos... |
| 5. Encuentro de la comunidad adoptiva         | Historias vinculadas con las actividades, encuentros entre la propia comunidad-asociación de las familias adoptantes con el fin de fomentar la relación y comunicación interna.   |
| 6. Búsqueda del origen                        | Historias en relación con las prácticas llevadas a cabo por los padres adoptivos y sus hijos a fin de encontrar   |

| Temas  | Definición  |
|--|---|
|  | a las familias biológicas de los adoptados (generalmente se vincula con el viaje al lugar de nacimiento y el orfanato donde fue adoptado), así como intentos para ponerse en contacto con las personas relacionadas-cercanas a los adoptados antes de llegar a España.  |
| 7. Panorama de adopción internacional y contexto | El desarrollo-la evolución, datos estadísticos de la adopción internacional entre los dos países, ascenso o descenso de las adopciones y sus contextos, suspensiones de adopción causadas por incidencias, así como el contexto sociopolítico en torno al abandono y la adopción internacional en China.  |
| 8. Legislación                                   | Contenidos relacionados con la publicación, modificación de leyes, protocolos, convenios, normas y requisitos que conciernen a la adopción internacional China-España y sus participantes.  |
| 9. Proceso de adopción                           | Historias y contenidos que se vinculan con las fases de preparación y realización de la práctica adoptiva, generalmente por parte de los padres adoptivos antes de que los hijos lleguen a España: entrevistas con psicólogos y trabajadores sociales, certificado de idoneidad <sup>13</sup> , tiempo de espera, asignación, viaje a China para recoger a los hijos, entrega de informes de seguimiento... <sup>14</sup> |
| 10. Costes de adopción                           | Contenidos relacionados con gastos para adopción y gastos relacionados con el proceso de adopción.  |
| 11. Trabajo en el ámbito del bienestar infantil  | Historias que hablan sobre los individuos, asociaciones, OAAI, fundaciones, cooperaciones oficiales de programas que contribuyen a la adopción internacional China-España y a la protección de la infancia.   |
| 12. Adopción con necesidades especiales          | En el caso de la adopción internacional China-España, se refiere a la adopción, a través de Pasaje Verde, de menores con especiales necesidades o condiciones de vida debido a discapacidad o a enfermedad crónica.   |
| 13. Adopción internacional y nacional            | Se habla de la comparación entre la adopción internacional y nacional y su futura tendencia.  |
| 14. Casos de violencia                           | Casos que se relacionan con asesinatos o maltratos en que los adoptados son víctimas.   |

Fuente: Elaboración propia.

A la identificación de temas en las noticias investigadas se procede a través de la lectura detallada del texto, y las noticias se clasifican sobre la base de las categorías de

<sup>13</sup> Certificado que justifica el cumplimiento de los requisitos de los padres, avalando sus condiciones para adoptar.

<sup>14</sup> Las familias adoptantes deben entregar seis informes de seguimiento posadoptivo dentro de un plazo de cinco años sucesivos a la asignación de los adoptados. A partir del 1 de abril de 2021, el Centro Chino de Bienestar Infantil y Adopción (CCCWA) ha establecido una SEGUNDA FASE DE SEGUIMIENTOS que consiste en que las familias suban directamente, a través de la plataforma oficial de CCCWA, un informe de seguimiento anual hasta la mayoría de edad de los menores aportando fotos, un vídeo corto y una breve carta que refleje la evolución, acompañada de los informes de los profesionales pertinentes. Véase más información en: <https://www.adecop.org-modificaciones-seguimientos-adopcion-internacional-china->

temas previamente establecidos. Para conseguir datos exhaustivos sobre el enfoque de los medios españoles hacia el *issue*, hemos intentado identificar todo el contenido de las noticias. Hay que hacer constar que en una misma noticia pueden aparecer varias temáticas significativas en el contexto de la adopción internacional China-España. Por consiguiente, la cantidad total de la distribución de temas que se muestra en el gráfico es mayor que la cantidad de noticias.

#### 7.4.2 Titulares

Como parte del discurso informativo, los titulares expresan la información más importante del contenido de las noticias (Bell, 1991) y encarnan los rasgos más distintivos del discurso informativo (van Dijk, 1997). El estudio de los titulares nos ayuda a explicar ciertos rasgos estilísticos del lenguaje de los medios de comunicación, revelando las ideologías que hay detrás del diseño de los titulares y su significado sociocultural.

En la era digital, en la que las fuentes de información son tan diversas y la propia información se transmite de forma tan inmediata, hay cada vez más lectores que se quedan solamente con los titulares o encabezamientos de las noticias, sin consumir el texto completo<sup>15</sup>. Desde el nivel del proceso de lectura y comprensión, la audiencia decodifica primero la información de los titulares hojeándolos, y entonces piensa si continúa o no con el resto de la noticia, o simplemente lee los titulares y los trata como un recurso para la adquisición de la información. Este proceso implica “adecuaciones a modelos y esquemas identificados con el conocimiento previo, así como opiniones o intereses acerca de estos temas especiales” (van Dijk, 1990, p. 203).

Así pues, el diseño de un titular adecuado y llamativo resulta importante para suscitar el interés en los lectores, de tal manera que hagan el clic y sigan leyendo. La noción de la “proximidad” no solo es importante en el nivel geográfico y temporal, sino también cobra importancia en lo emocional y estratégico en la producción de las noticias (Ahva y Pantti, 2014). Los titulares, en muchos casos son el primer elemento informativo que tienen contacto con los receptores. Si los titulares consiguen despertar el interés en los lec-

---

<sup>15</sup> Según el *Libro Blanco de la Información* de 2017 de la Asociación de Medios de Comunicación.

tores y evocar sus emociones con el evento tratado, pueden promover el efecto de comunicación deseado más fácilmente. En este sentido, la redacción de los titulares de las noticias está estrechamente vinculada con la finalidad y actividad profesional mediática en la elaboración textual.

Zorrilla Barroso (1996) argumenta que, además de identificar (función identificadora) el texto como ítem informativo, los titulares de las noticias contribuyen a la transmisión de la información noticiosa. Pueden señalar los hechos de los que se habla en la noticia (función designativa), seguir las últimas novedades de estos y revelar acontecimientos que el lector desconoce, así como servir de esquema para guiar a la audiencia. Además de la función de resumen mencionada anteriormente, los titulares son también una herramienta para atraer a los lectores (función apelativa) y que lean el resto de las noticias o compren el periódico (función económica) (Zorrilla Barroso, 1996).

Según Zorrilla Barroso (1996, pp. 157-176), los titulares de las noticias se pueden distinguir en siete categorías partiendo de la función comunicativa que cumplen (Tabla 2).

Tabla 2. Categoría de titulares según la función comunicativa

| Categoría              | Explicación   |
|------------------------|---|
| 1. Titular designativo | Solamente informa de los hechos, sin ninguna otra connotación.  |
| 2. Titular temático    | Enuncia el tema sin designar los hechos.  |
| 3. Titular referencial | Informa del contexto.   |
| 4. Titular evocador    | Alude débilmente a los hechos o al contexto, que supone conocidos. Se utilizan la asociación de ideas, los juegos de palabras y otros recursos. Suelen despertar la simpatía y la curiosidad de los lectores. |
| 5. Titular expresivo   | Contiene el punto de vista del comunicador mediante la opinión, valoración o toma de postura frente a la noticia.   |
| 6. Titular apelativo   | Llama especialmente la atención del lector, y suele combinarse con imágenes o tipografías impactantes.  |
| 7. Titular declarativo | Informa sobre actos de habla que se presentan con la cita directa (oraciones o palabras entrecomilladas y la marca de cita), cita indirecta (se conecta con “que”) o la interpretación global.                |

Fuente: Elaboración propia a partir de Zorrilla Barroso (1996).

#### 7.4.3 Actores y voces

Tuchman (1978) ha argumentado que las noticias no son un producto *natural*, sino una realidad social *construida*. No es un reflejo objetivo de la situación social como un espejo. Este proceso de construcción no lo llevan a cabo los medios de comunicación por sí solos, sino que es el resultado de la negociación entre los medios de comunicación y diferentes fuentes de información.

La cobertura informativa sobre los participantes en la adopción internacional china en España (los adoptados, los padres adoptivos, los profesionales relacionados con el campo de adopción, los organismos acreditados...) puede constituir un factor de percepción pública hacia ellos, e indirectamente, una fuente de prejuicios o estereotipos hacia los mismos.

Los contenidos noticiosos son como una forma de los discursos. Se puede considerar que los encuadres son como estrategias de construcción y procedimientos discursivos o también características discursivas (Pan y Kosicki, 1993). En el proceso de organización del discurso informativo, los periodistas seleccionan diferentes personajes para representar y enfocar. Los actores seleccionados y los discursos enfatizados se convierten en los recursos que sustentan la ideología de los profesionales de los medios de comunicación, condicionando así la percepción pública hacia ellos y el acontecimiento mediático tratado.

El examen de los protagonistas de las noticias es un punto clave de la investigación sobre el encuadre de las noticias (Tankard, 2001). Los contenidos mediáticos crean una imagen sobre los actores implicados. La presencia y la ausencia de las voces de los actores pueden producir una visión desequilibrada y una imagen incompleta sobre ellos. Algunos actores pueden ser minimizados o incluso ignorados por los periódicos, mientras que otros ocupan posiciones prominentes y cuentan con una alta visibilidad, influyendo así en la percepción de los lectores. Cada medio da voz a diferentes actores y participantes de las noticias. La selección de estas fuentes refleja, en cierta medida, las propias perspectivas de los medios de comunicación y también sus actitudes hacia los personajes implicados.

Las fuentes constituyen una pieza imprescindible en el proceso de elaboración de las noticias (Koziner, 2018). Los que tienen voz y visibilidad en los medios de comunicación pueden moldear el significado de los acontecimientos (Carlson, 2009), condicionando así la interpretación y el debate público sobre ciertos temas. Según Mellado *et al.* (2017), la selección y el énfasis de los actores y las fuentes presentan las características

de las noticias. Además, la distinción entre sujetos sociales pasivos y las fuentes en los medios es muy importante en el análisis del tratamiento informativo. Los primeros se refieren a aquellos de quienes se habla, pero no tienen voz, y los siguientes aparecen como fuentes que aportan información y perspectivas.

A partir de la emisión del documental *Las habitaciones de la muerte*, la adopción en China empezó a llamar la atención del público español y se convirtió en un fenómeno social a finales de la década de los 90 y a principios del siglo XXI, con un rápido desarrollo que la convirtió en una “práctica de moda”. Durante estos veinte años de desarrollo de la práctica de la adopción internacional entre China y España, la mejora de la legislación y el debate público sobre el tema, se han ido involucrando una serie de actores asociados con la adopción tanto en la práctica social como en las representaciones mediáticas sobre el tema.

Entre estos actores se encuentran las instituciones de la Administración pública tanto del país de origen como del país de acogida. Las asociaciones profesionales en el ámbito de adopción y acogimiento se han convertido en protagonistas o portavoces en la construcción y representación mediática hacia la adopción internacional. Estos actores, además de desempeñar un papel importante durante el proceso de la adopción internacional entre ambos países, aportan información para su contextualización, dando lugar a opiniones, debates e interpretaciones del público en torno a este asunto público en las prácticas periodísticas.

Con respecto a la representación de los medios del país de acogida (*ABC* y *El País*) y el país de origen (*Ouhua* y *Sohu*), nos interesa saber (1) cuáles son los actores a los que se otorga mayor crédito —con una mayor aparición— en los medios a la hora de definir las cuestiones de adopción internacional entre China y España; y (2) quiénes pueden dar su propia voz y opiniones en los medios sobre los diferentes asuntos que conciernen a la adopción, mientras que hay quienes solo son retratados por los demás.

Durante el proceso de codificación, se registra la presencia individual de las categorías (Tabla 3) de actores y fuentes en cada noticia de los medios seleccionados en el periodo de análisis. Se considera actores a aquellos que aparecen en el texto noticioso, y fuentes, a aquellas “personas que se expresan a título personal y no en representación de otros” (Hughes y Mellado, 2016).

En nuestra investigación, la aproximación a las categorías de actores y voces en las noticias, y su frecuencia de aparición, puede revelar el protagonismo en la representación noticiosa sobre la adopción internacional China-España en los medios chinos. Sobre esta base, proporciona la posibilidad de explorar si hay una cobertura y visibilidad equilibrada de los participantes.

Para el análisis de este apartado, procedemos a la lectura de los textos noticiosos de los medios de comunicación chinos sobre el *issue* y calculamos la frecuencia de aparición de los principales actores. Debe tenerse en consideración que solo contabilizamos una vez a un mismo actor en un informe, sin repetirlo. Se cuenta y categoriza el número de figuras clave en las muestras, y así se obtiene la tabla con las categorías de los actores principales y la frecuencia de aparición.

Tabla 3. Categorías de actores y voces

|    | Categoría   | Explicación  |
|----|---|--|
| 1  | Adoptado específico   | Aparece con nombre.  |
| 2  | Adoptados   | Aparecen como colectivo, en forma plural.  |
| 3  | Padre adoptivo específico                                   | Aparece con nombre.  |
| 4  | Padres adoptivos  | Aparecen como colectivo, en forma plural.  |
| 5  | OAAI y asociaciones españolas                               | Organismos acreditados para la adopción internacional (antes eran Entidades Colaboradoras de Adopción Internacional) y asociaciones competentes en el ámbito del bienestar infantil y la adopción. |
| 6  | OAAI y asociaciones chinas                                  | Organismos acreditados para la adopción internacional y otras asociaciones competentes en el ámbito.   |
| 7  | Instituciones españolas                                     | Institución y Administración pública del Gobierno español.   |
| 8  | Instituciones chinas  | Institución y Administración pública del Gobierno chino.   |
| 9  | Personas que tienen relación con el pasado de los adoptados | Personas con quienes los adoptados han convivido en el orfanato, las cuidadoras del orfanato...  |
| 10 | Expertos  | Trabajadores sociales, pedagogos, psicológicos, sociólogos e investigadores académicos en el contexto de adopción internacional.   |
| 11 | Familias biológicas   | Familias biológicas de los adoptados.  |
| 12 | Centros culturales españoles                                | Asociaciones y centros españoles cuyos objetivos consisten en la promoción de la cultura china en España.  |
| 13 | Centros culturales chinos                                   | Asociaciones y centros chinos cuyos objetivos consisten en la promoción de la cultura china en España; también están incluidos en esta categoría los colegios chinos.                              |

Fuente: Elaboración propia.



## **Parte II**

### **Aproximación a la adopción internacional China-España y el contexto de su representación mediática**



## 0. Introducción

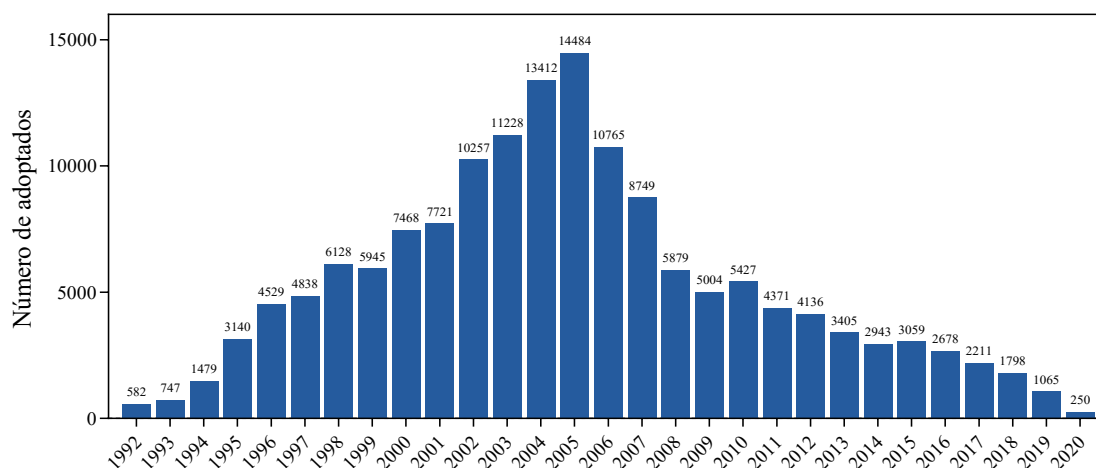
El enfoque que hemos adoptado en este capítulo se centra en la consulta de la información pertinente al hecho multidimensional de la adopción internacional China-España. Para comprender y abordar adecuadamente esta realidad, se presentan las circunstancias socioculturales e históricas, así como los marcos legales que contribuyen a la implantación de la adopción internacional en China como país de origen y en España como país de acogida. De la misma forma, se expone el panorama de la situación de la representación mediática de la adopción internacional en los medios chinos y españoles.

Asimismo, la recopilación de los datos significativos y el acercamiento al contexto histórico del fenómeno nos ayudan a asentar un marco de reflexión sobre el Programa de Adopción Internacional de China y su desarrollo con España. Se proporcionan datos estadísticos detallados que muestran el panorama de la evolución de la adopción internacional en ambos países desde la década de los 90 del siglo XX hasta el año 2020. Al mismo tiempo, se marcan algunas fechas significativas del acontecimiento para que sirvan de base a una mejor comprensión de la representación del acontecimiento en los medios de comunicación chinos y españoles que son objeto de esta investigación.

# 1. El Proyecto de Adopción Internacional de China

## 1.1 Evolución de la adopción internacional de China

Figura 6. Datos estadísticos de la adopción internacional de China (1992-2020)



Fuente: Elaboración propia según datos de Selman (2017, 2023)<sup>16</sup>.

En abril de 1992, con la promulgación y aplicación de la primera Ley de Adopción, China abrió oficialmente la puerta de la adopción internacional para los adoptantes extranjeros. En realidad, se registra que entre 1981-1990 China ya permite a los extranjeros adoptar niños chinos<sup>17</sup>, aunque las razones exactas por las que el Gobierno tomó esta decisión siguen sin estar claras. Hay quien considera que la creciente interacción entre China y el mundo exterior después de la Reforma y Apertura de 1978 ha creado un ambiente en que la gente trata la adopción internacional como una reacción humanitaria ante la política del hijo único. Algunos sociólogos estadounidenses sostienen la idea de que dicha práctica ha ayudado al Ministerio de Asuntos Civiles de China a hacer frente a la falta de recursos en las instituciones del bienestar infantil (Tessler, 2005).

<sup>16</sup> Para la elaboración del gráfico se han adaptado estadísticas de 1992-2003 en el trabajo de Selman (2017) y los datos de 2004-2020 en Selman (2023). Se debe tener en cuenta una renovación de datos sobre la cantidad de adopción en el 2004 en el informe nuevo del 2023. Los datos conseguidos por dicho autor se basan en los datos oficiales de los quince países de recepción que tienen convenio con el Centro Chino de Bienestar Infantil y de Adopción en el programa de adopción internacional, excepto el caso de Singapur, del que no se encuentran datos oficiales.

<sup>17</sup> Según *Explicación sobre el Proyecto de la Ley de Adopción de la República Popular China* (关于《中华人民共和国收养法(草案)》的说明, <https://www.gov.cn-gongbao-shuju-1991-gwyb199146.pdf>).

Según Selman (2017, 2023), hay por lo menos 150.000 menores de origen chino que llegaron al extranjero a través del Programa de Adopción Internacional durante 1992-2021, lo que convierte a China en el segundo país de origen de la adopción internacional en el mundo después de Corea del Sur (más de 165.000) en términos del número total de niños adoptados después del año 1948. Asimismo, Estados Unidos encabeza la lista de los principales países de recepción de niños chinos (94.754), seguido por España, con un número total de 16.153. Hay que tener en cuenta que la comparación con Estados Unidos siempre es “engañosa” si tenemos presente la diferencia significativa de la población de estas dos naciones (Marcos, 2011).

Desde el panorama global, la adopción internacional de China ha experimentado un aumento exponencial, seguido por una bajada vertiginosa. El país se convirtió en el lugar de origen más importante de los menores adoptados en el mundo desde el año 1998<sup>18</sup>. La tendencia al alza alcanzó su punto máximo en 2005, año en el que un total de 14.484 niños chinos fueron acogidos por adoptantes extranjeros. Después se ha registrado un fuerte declive de los casos de adopciones internacionales desde China. En el año 2020, el número se redujo hasta 250 casos.

Algunas suspensiones temporales de la adopción internacional en China y el paulatino descenso de los casos se deben a las incidencias sanitarias o cambios legislativos. Destacan dos casos: la neumonía atípica del año 2003 en China<sup>19</sup> y la epidemia causada por el COVID-19 a partir del año 2019<sup>20</sup>, que todavía ejerce su influencia sobre el procedimiento del programa hasta la fecha de hoy<sup>21</sup>.

Cabe destacar que, a pesar de la tendencia descendente del PAI (Programa de la Adopción Internacional) de China, junto con el declive drástico de la adopción internacional a nivel mundial después del año 2004 (Selman, 2012), China todavía es el país de

---

<sup>18</sup> Según la ponencia que hizo Peter Selman en la Comisión Especial de HCCH en el año 2015.

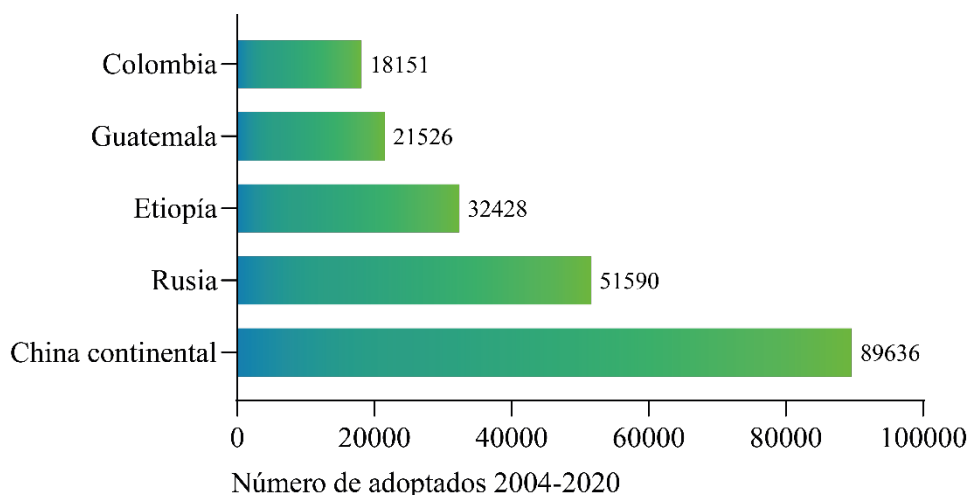
<sup>19</sup> Noticia publicada por *El País* (17-05-2003): China suspende la entrega de niños en adopción a causa de la neumonía.

<sup>20</sup> Según el Departamento del Estado de Estados Unidos (17-11-2020), CCCWA mantiene su política actual de no tramitar adopciones internacionales de niños procedentes de instituciones de asistencia social debido a la pandemia de COVID-19 en otros países. Los funcionarios chinos afirmaron que esta política es necesaria para garantizar la salud y la seguridad de esos niños.

<sup>21</sup> Según el Boletín Oficial del Estado de España (9-02-22), se afirma la resolución de 27 de enero de 2022 sobre la suspensión temporal de tramitación de expedientes de adopción internacional en China. Se menciona que “el COVID-19 ha dado lugar a que muchos países de origen, especialmente China y Vietnam, sean reticentes a abrir sus fronteras para permitir la entrada a las familias adoptantes con asignaciones aceptadas para complementar sus procesos de adopción”.

procedencia más destacado de los niños adoptados que llegaron al extranjero durante 2004-2020, seguido por Rusia, Etiopía, Guatemala y Colombia (Figura 7).

Figura 7. Los primeros cinco países de origen de adopción internacional (2004-2020)



Fuente: Elaboración propia según datos de Selman (2023).

## 1.2 El marco legal relacionado con la adopción internacional en China

A finales de 1991, China promulgó la Ley de Adopción que establece disposiciones detalladas para la adopción de niños por extranjeros en China, que entró en vigor el 1 de abril de 1992. Con respecto al tema del establecimiento de la relación de adopción, hay requisitos específicos para el adoptante, la persona (institución) que entrega al niño en adopción y el adoptado. Pueden ser adoptados los niños menores de catorce años que cumplan las siguientes condiciones: menores que hayan perdido a sus padres; bebés abandonados y niños cuyos padres biológicos no puedan ser localizados; niños cuyos padres biológicos tengan dificultades especiales y no puedan criarlos (traducción propia)<sup>22</sup>.

---

<sup>22</sup> Según el texto original sobre los artículos de la Ley de Adopción en el Documento de *Gazette of The State Council of The People's Republic of China*, No. 46 (1991). Pueden actuar como persona-institución que entrega al niño en adopción los siguientes ciudadanos y organizaciones: tutores de huérfanos; instituciones de asistencia social; los padres biológicos que tengan dificultades especiales y no puedan criar a sus hijos. El adoptante deberá cumplir las siguientes condiciones: no tener hijos; tener capacidad para criar y educar al adoptado; tener al menos 35 años:

<https://www.gov.cn-gongbao-shuju-1991-gwyb199146.pdf>.

En 1996 se creó el Centro Chino de Adopciones (CCAA: China Center of Adoption Affair), dependiente del Ministerio de Asuntos Civiles de la República Popular China. En febrero de 2011, el Centro de Asuntos de Adopción de China pasó a llamarse Centro Chino de Bienestar Infantil y Adopción (CCCWAA: China Center for Children's Welfare and Adoption), y amplió su actividad para incluir la educación de los huérfanos, la protección de los niños en peligro y la educación infantil, transformando gradualmente su estrategia y mejorando el sistema de su bienestar en China. En la actualidad, es responsable de las adopciones en el extranjero, del bienestar de los niños y de las adopciones nacionales<sup>23</sup>.

En la quinta sesión del IX Comité Permanente de la Asamblea Popular Nacional de China, celebrada el 4 de noviembre de 1998, se aprobó la modificación de la Ley de Adopción<sup>24</sup>. En cuanto a los requisitos para los adoptantes, se pasa de tener al menos 35 años a 30 años. Se añade una disposición adicional que estipula que el adoptante no debe padecer enfermedad que se considere médicamente desaconsejable para la adopción de un niño, aunque no hay una explicación detallada de qué enfermedades entran en esta categoría. En el artículo se amplía la explicación sobre los procedimientos de adopción de niños de origen chino por extranjeros y se especifica el reparto de responsabilidades entre las instituciones competentes en el proceso de adopción.

El número de niños chinos adoptados por varios países aumenta anualmente tras entrar en vigor la Ley de Adopción. Este grupo no solo recibe atención de la sociedad de los países receptores, sino también de China como país de origen, que sigue de cerca cómo viven y crecen los adoptados en países extranjeros. Entre otros, Estados Unidos, como el país con mayor número de niños adoptados de origen chino, es el objetivo más frecuente en los debates en los medios de comunicación chinos sobre este tema. En cuanto a la adhesión por parte de China a las normativas mundiales, destaca su ratificación en 2005 del Convenio de la Haya, relativo a la protección del niño y la cooperación en materia de adopción internacional, constituido en el 1993. Un acto significativo hasta que

---

<sup>23</sup> Información extraída de la página oficial de CCCWA (<https://www.cccwa.cn/>) y *Bienestar infantil en China - Informe de evaluación 2011* (中国儿童福利政策报告) <https://www.unicef.cn-reports-child-welfare-china-stocktaking-report-2011>.

<sup>24</sup> Se puede consultar más información sobre la modificación detallada en: <https://cdn.xunxiang.site-upload/sites-3211-2020-07-bb2615122afc152b754644c5e41b42a6.pdf>.

influyó, junto con otros factores, en que más adelante se produjera una disminución de adopción internacional china (Smolin, 2011).

En 2008, la Oficina de Asuntos de Chinos de Ultramar del Consejo de Estado de la República Popular China publicó un artículo titulado “Nuevos objetos para los asuntos de chinos de ultramar, niños chinos de la Adopción Internacional”<sup>25</sup>, en el que, tras describir la situación general de las adopciones internacionales en China y los procedimientos y las agencias de adopción responsables, se señala que, desde 2002, China se ha convertido en el principal país de origen de adopción para las familias estadounidenses. En 2006, había alrededor de 55.000 niños de origen chino que habían sido adoptados por familias estadounidenses.

El artículo atribuye las razones de la popularidad de los niños chinos a lo siguiente: aunque el proceso de solicitud es estricto y largo, la mayoría de los huérfanos chinos no lo son por la guerra o el hambre, sino que suelen ser niños sanos e inteligentes; en segundo lugar, el sistema de adopción en China es sólido, los costes son relativamente bajos y los procedimientos son estrictos, lo que hace que las familias solicitantes se sientan más tranquilas; algunos adoptantes tienen ellos mismos una cierta comprensión de la cultura china o tienen un buen sentimiento hacia China, y el origen chino de los huérfanos adoptados se acepta fácilmente. Encontramos en el mismo artículo oficial las siguientes interpretaciones, que contribuyen al entusiasmo de los estadounidenses por adoptar a los niños chinos en función de sus creencias religiosas.

El entusiasmo de los estadounidenses por la adopción internacional está relacionado con sus creencias religiosas y sus valores familiares. La fe cristiana ha suscitado la pasión de los estadounidenses por adoptar niños. Ven a los niños como regalos de Dios, ángeles, en lugar de una propiedad privada. Se complacen en promover el espíritu cristiano de hermandad y humanismo, y son partidarios de la caridad” (traducción propia)<sup>26</sup>.

---

<sup>25</sup> Se puede consultar más información sobre el artículo en la página oficial de la Oficina de Asuntos de Chinos de Ultramar: <http://qwgzyj.gqb.gov.cn/hwzh-142-1157.shtml>.

<sup>26</sup> El párrafo original escrito en chino: “美国人热衷跨国收养，与它们的宗教信仰以及家庭观念有关。基督教信仰催生了美国人领养孩子的情。他们把孩子看作上帝的恩赐、天使、而不是私有财产。他们乐意发扬基督教的博爱精神和人道主义，热衷慈善。”

### 1.3 La desaceleración de la Adopción Internacional: China y el mundo

Según los últimos datos estadísticos relacionados con la adopción internacional (Selman, 2023), China ha sido el primer país de origen desde 2000 hasta el 2016 en cuanto a cifras de adopción. En el año 2020, China continental solo ocupa el quinto lugar entre los primeros diez lugares de origen, y en el año 2021 ya ha perdido su posición en esta lista. La tendencia descendente del PAI de China se ha visto influida por una combinación de factores complejos. Entre otros, destacan la aceleración del desarrollo económico y los cambios sociales que ha experimentado el país durante este periodo. La posición cada día más relevante del país en la escena internacional y su papel como la segunda economía mundial han llevado a que tome medidas activas para restaurar su imagen positiva frente a los escándalos y las críticas tanto internacionales como nacionales sobre este programa.

Asimismo, la celebración exitosa de los Juegos Olímpicos de Pekín en el 2008 fue una oportunidad importante para China de mostrar al mundo su poder nacional y su progreso por primera vez en un evento a tan gran escala. En este contexto, frente a las críticas recibidas mundialmente sobre las condiciones de los orfanatos por el gran impacto que generó la emisión del documental *Las habitaciones de la muerte* y la imagen negativa que se podía generar por la impresión de no poder criar a sus propios hijos, China adoptó una serie de medidas para redirigir la adopción internacional y recuperar su *miànzi* (面子) (Vich Bertran, 2012)<sup>27</sup>.

Las grandes citas internacionales y los desastres con repercusión global son un buen termómetro para medir la actitud de China sobre su programa de adopción internacional, puesto que son espacios de tiempo en los que el gigante asiático se siente observado por los ojos del mundo. Sucedió, por ejemplo, con los Juegos Olímpicos de 2008 que albergó Pekín... Apenas 24 meses antes, el PCCh se plan-

---

<sup>27</sup> Según Vich Beltrán (2012, pp.191-196), esta noción se traduce literalmente como “cara” o “sentimiento”. En la literatura, a menudo se ha confundido con otros conceptos parecidos de Occidente como, por ejemplo, estatus, dignidad, prestigio u honor; pero no es ninguno de ellos, sino más bien todos ellos unidos y algo más. *Miànzi* es un motor social tan fundamental en China que es imposible pensar en un aspecto de la vida en la que no tenga un papel relevante. Es recomendable consultar más explicaciones detalladas sobre algunas nociones culturales y base de pensamientos arraigados en la cultura china para comprender mejor las realidades de la adopción internacional de China (Vich Bertran, 2012, pp. 194-232).

teó seriamente la posibilidad de suspender temporalmente el programa de adopción durante las Olimpiadas<sup>28</sup>... Finalmente, la República Popular China siguió adelante con su programa y hubo familias que viajaron a por sus hijos aquel agosto de 2008, aunque de manera más reducida” (Marcos, 2011, p. 63).

Los investigadores chinos, Huang *et al.* (2005) refutaron esa teoría de que se sentía “vergüenza” por ser el país de origen de la adopción internacional en el caso de China. Declararon que el contenido del dicho documental se encuadró intencionadamente y que solo se mostró parcialmente la realidad de los menores que salían en la grabación (pp. 26-29). También insistieron en que:

El hecho de si el país de origen se siente avergonzado, o no, no depende de si envía niños o cuántos envía al extranjero, sino de asuntos como si prioriza el mayor interés de los niños; si le importa quiénes han adoptado a los niños de este país; cómo viven esos niños con las familias adoptivas extranjeras; si la adopción se ha realizado de acuerdo con las leyes (nacionales e internacionales) concernientes; si los trámites han sido estrictos y normativos, etc. Según esas valoraciones, la adopción internacional de China no comparte nada en común con esta teoría de sentimiento de “vergüenza”<sup>29</sup> (traducción propia, p. 47).

Muchos medios españoles hablaban sobre la caída en picado y la ralentización del PAI, y lo atribuían a las restricciones de requisitos exigidos por parte de China en el año 2007. Sin embargo, se trataba de “una interpretación errónea porque no tienen en cuenta que las consecuencias de dicha normativa no serán visibles hasta que el CCAA asigne

---

<sup>28</sup> En su pasado reciente, permanecían todavía las duras críticas recibidas por sus vecinos de Corea del Sur en 1988, cuando Seúl albergó los Juegos Olímpicos mientras los aeropuertos del país reflejaban un continuado salir de menores coreanos rumbo a la adopción internacional.

<sup>29</sup> Contexto original en chino: “送养国是否丢脸，并不在于该国是否送或者送多少儿童出国，而在于收养国是否将儿童最大利益放在第一重要的位置，是否关心是谁收养了该国的儿童，国外收养家庭中的儿童生活状况如何，是否依法（国内法和国际法）送养，送养程序是否规范严格，等等。按照这些标准来衡量，中国的国际收养与“丢脸论”的指责毫无共同之处”。

precisamente a las familias que registraron su solicitud a partir de esa fecha”. Con respecto a eso, la directora del Centro Chino de Adopción de aquel entonces, Ying Lu, declaró que:

La política de China en materia de la adopción internacional no ha cambiado, y el método de “tramitación prioritaria” es una medida específica adoptada para resolver la actual contradicción entre el gran número de solicitudes de adopción y el escaso número de niños disponibles para adoptar. Algunos medios de comunicación, especialmente los extranjeros, dicen ahora que el Gobierno chino está “endureciendo la política de adopción” y restringiendo las adopciones extranjeras, lo cual ha transmitido mensajes erróneos y falsos a la audiencia de los medios, especialmente a algunas familias adoptivas extranjeras<sup>30</sup>.

El avance económico y las mejoras de las condiciones de vida en China han ido acompañados de un desarrollo constante del bienestar de los menores y un perfeccionamiento de las políticas de protección infantil, lo cual ha llevado al descenso del número total de huérfanos o entregados en la sociedad china.

Se ha ido aumentando la cantidad de organismos e instituciones públicas para el bienestar de los niños. A finales de 2008, más de 90.000 niños habían sido recibidos por diversos tipos de unidades de acogimiento en todo el país, con un total de 290 instituciones de bienestar infantil, un aumento del 7,8 % respecto al año anterior. A finales del año 2020, 59.000 huérfanos estaban siendo acogidos en diversas instituciones en todo el país. Hay 760 instituciones registradas de servicios de bienestar, asistencia y protección de la infancia, incluidas 508 instituciones de bienestar infantil.

En el año 2006, con la introducción y aplicación del documento *Opiniones sobre el Refuerzo de la Labor de Asistencia a los Huérfanos* por parte del Ministerio de Asuntos Civiles de China y otros quince departamentos competentes (que ha dado lugar al primer sistema integral de bienestar para los huérfanos del país), se ha ampliado el contenido de

---

<sup>30</sup> Según la noticia (03-01-2007) de *Agencia de Noticias de China* (中国新闻网): “La política de adopción internacional de China se mantiene sin cambios y el objetivo es trabajar por los niños” (中国涉外收养政策没变一切为了孩子是工作宗旨).

la asistencia social a los huérfanos desde la simple crianza hasta la educación, la atención médica, la rehabilitación, la vivienda y el empleo cuando llegan a la edad adulta<sup>31</sup>.

Asimismo, en cuanto a los aspectos socioculturales, se ha notado la elevación del nivel educativo de las mujeres; con eso se despierta cada vez más la conciencia feminista. Las nuevas generaciones de mujeres chinas han logrado tener voz en más ámbitos sociales y proteger sus derechos ante la justicia. Además, la ideología patriarcal tradicional de las mujeres se debilita gradualmente, aunque a este respecto todavía queda mucho por hacer, lo cual conllevaría una disminución de casos de abandono de niños. Al mismo tiempo, los cambios en la estructura demográfica de China y el cambio en las políticas de planificación familiar son también ámbitos que deben tenerse en cuenta.

De hecho, el descenso del número de adopciones en China ha coincidido con un declive drástico de la adopción internacional a partir del 2004, tanto para la mayoría de los países de recepción como para los países de origen (Marcos, 2011; Selman, 2012). A lo largo de los años, ha habido una gran controversia sobre los pros y los contras de la adopción internacional; se considera que las políticas o protocolos a nivel mundial con respecto al tema de la adopción internacional se enfocan desde las perspectivas de los países occidentales y de los adultos que “imponen un modelo de parentesco desde Occidente y que permite que se ‘den’ niños-as” (Chicón y Díez, 2019, p. 118). Además, las acciones de los países que utilizan la adopción internacional como solución global a la pobreza nacional y la escasez de medidas para el cuidado de los menores no están muy bien vistas (Hübinette, 2002; Masson, 2001).

Asimismo, hay quienes sostienen la idea de que la adopción internacional se convierte en una forma del neocolonialismo (Briggs y Marre, 2009; Chicón y Díez, 2019; Dubinsky, 2010; Kim, 2010; Marre, 2004), en el sentido de que los países desarrollados occidentales manifiestan su interés por menores sanos adoptables, mientras que los países del tercer mundo envían sus niños para cubrir la demanda. Así, la adopción internacional tiende a representar los valores occidentales bajo un contexto de relaciones de poder (Fonseca, 2007); la lógica mercantilista y la actitud colonial entre demanda, crítica y solidaridad se reflejan en muchos discursos en torno a este tema (Chicón y Díez, 2019). En

---

<sup>31</sup> Según el reportaje publicado por la Oficina de Información del Consejo de Estado de la República Popular China (30-05-2006): “El Ministerio de Asuntos Civiles celebra una rueda de prensa sobre la fundación de asistencia a los huérfanos” (<http://www.scio.gov.cn/>).

consecuencia, tras el descenso de las cifras a nivel global, se han disparado muchas opiniones sobre las futuras tendencias.

Este cambio en cuanto a la adopción internacional contribuye, por un lado, al mejoramiento de las condiciones e infraestructura relacionadas con el bienestar de la infancia en los países de origen; y, por el otro, se debe al debate y la inflexión internacional sobre la práctica de la adopción internacional en sí misma. La adopción internacional deja de ser simplemente una forma de constitución de la familia y se establece como última medida de protección a la infancia (si eso no es posible en el país de origen), que debe poner siempre en primer lugar los derechos y las necesidades de los menores. Ha de tener presente que es el derecho del niño a tener una familia, y no el adulto quien tiene el derecho a tener un niño si hablamos sobre el tema de adopción.

Este giro de pensamiento se produce en gran medida por la aprobación y aplicación del Convenio de Protección de la Infancia y Cooperación de Adopción de La Haya en 1993, así como por la participación de los países de recepción y de origen. Desde su implementación, el panorama de la adopción internacional mundial ha sufrido un cambio enorme. Se evidencia un declive notable en relación con el número de adoptados, y el perfil de los menores con necesidad de adopción ha cambiado<sup>32</sup>.

En nuestro caso, China se adhirió oficialmente a este convenio en el año 2005 con el fin de cooperar con otros países miembros para estandarizar los procedimientos de la adopción y proteger de mejor forma los derechos de los menores. Fue precisamente después de esta época cuando en el programa de adopción internacional de China se percibió la ralentización.

Se ha conseguido que los países participantes reflexionen y realicen la adopción internacional desde la perspectiva de los derechos infantiles. Además, ha contribuido a la conciencia global sobre la necesidad de apoyar a las familias biológicas para que puedan hacerse cargo de sus hijos. En el caso de que esto no sea posible, se recomienda el acogimiento familiar en el país de origen. Justamente por eso se percibe una tendencia general a pasar de la adopción internacional a la adopción nacional.

---

<sup>32</sup> Según *25 Years of Protecting Children in Intercountry Adoption* (2018), publicado por *The Hague Conference on Private International Law Permanent Bureau*.

A modo de conclusión, los factores que hemos mencionado anteriormente hacen inevitables la ralentización del Programa de Adopción Internacional de China y la disminución del número de adopciones globales, aunque hasta hoy China todavía ocupa el primer lugar en cuanto a cifras totales de adopción internacional desde el año 2004. ¿Y cómo será el panorama en el futuro? Aquí queremos traer a colación las palabras de Marcos (2011):

La energética irrupción de la República Popular China en el panorama económico mundial zarandea sin embargo estos pilares, poniendo en cuestión el futuro de su programa adoptivo, así como sus políticas internas para el control de la población. Por primera vez en la historia reciente, un país que aspira a liderar finanzas mundiales encabeza las listas de naciones de origen de la adopción internacional. ¿Hasta cuándo? El debate llega cargado de ingredientes sociales, pero también políticos, económicos y estratégicos (p. 12).

#### 1.4 Paralelismo y diferencia entre China y la situación de Corea de Sur

En la práctica, se perciben características similares en cuanto a los factores que provocan el descenso de la adopción internacional desde la perspectiva de los países de origen. El ejemplo que queremos introducir también se encuentra entre los principales países de origen de la adopción internacional: Corea del Sur. Hasta el año 1990, este país era el principal origen de menores de adopción internacional y, en el 2013, los niños oriundos de Corea del Sur adoptados por extranjeros superaban los 165.000 (Selman, 2013, 2019), número que no ha sido batido por China hasta la fecha.

Después de la Segunda Guerra Mundial, la adopción internacional se entendía como acto humanitario frente a los huérfanos causados por los conflictos bélicos. De ahí que esta práctica adquiriera un matiz de solidaridad y que, desde el punto de vista de hoy, no se vea apropiado que sea el motivo de la toma de decisión. La adopción internacional en este país empieza después de la Guerra de Corea (1950-1953), momento en que esta vía se considera como la única medida para encontrar hogares permanentes para los huérfanos causados por la guerra.

Asimismo, la pobreza producida por la depresión económica de los 50 y 60 también fue un factor que empeoró las condiciones de vida de la población. La mayoría de

las adopciones entre 1958 y 1970 fueron de niños abandonados por la indigencia o huérfanos por la guerra, tras lo cual la proporción de niños abandonados disminuyó a solo el 8 % en 1998, mientras que la proporción de niños nacidos antes del matrimonio en todas las adopciones había superado el 80 % a finales de la década de 1980. En consecuencia, surgió la necesidad de una redefinición del propósito de la adopción mediante la que se ajustaran más las condiciones de la sociedad con el desarrollo social, cultural y económico (Lee, 2007).

El destacado número de adopciones internacionales en Corea del Sur ha ido acompañado de un lento desarrollo de la adopción nacional bajo determinadas condiciones socioculturales. El confucianismo constituye la filosofía dominante, la que ejerce la mayor influencia en el comportamiento individual y en los procesos familiares de la sociedad coreana durante siglos. La orientación cultural hace hincapié en la importancia del parentesco para mantener la continuidad y la cohesión de la familia (igual que en China). Por lo tanto, a las familias coreanas no les gustan criar a los hijos de los desconocidos, y si lo hacen, lo hacen en secreto (Bai, 1995; Lee, 2007).

Así pues, el sistema familiar coreano está tradicionalmente impregnado de un pensamiento que aprecia la importancia del parentesco sobre la base de la consanguinidad, por lo que existe una fuerte reticencia a adoptar niños no sanguíneos. Además, los prejuicios sociales contra la adopción y la preferencia de hijos sanos y varones siguen teniendo peso en la sociedad coreana, lo cual hace que haya muchos casos de niñas y niños discapacitados que sean adoptados en el extranjero. Entre 1954-2001, 33.880 menores discapacitados fueron adoptados en el extranjero, frente a 195 casos a través de la vía de la adopción nacional (Hübinette, 2005).

Si bien es cierto que la adopción internacional ha ayudado a controlar la población (Lee, 2006), puesto que fue un gran problema para el Gobierno coreano en aquellos años, esta forma de resolver el caos de la posguerra, la pobreza masiva y la rápida industrialización ha convertido a Corea del Sur en lo que se ha denominado “el país exportador de huérfanos” (Hübinette, 2002). La reputación negativa en el mundo a partir de mediados de los 90, junto con el desarrollo económico de Corea del Sur, trajeron consigo la reflexión y la preocupación por no poder hacerse cargo de los propios niños.

Las autoridades se sintieron avergonzadas por la atención prestada a Corea del Sur en los medios de comunicación durante los preparativos de los Juegos Olímpicos de Seúl de 1988, cuando se publicó un reportaje con el título “Niños en venta: nacidos en Corea,

comprados en Estados Unidos<sup>33</sup>”. En respuesta, el Gobierno coreano comenzó a reducir gradualmente el número de adopciones en el extranjero y planeó detener las adopciones internacionales en 1996.

El Ministerio de Sanidad y Bienestar Social desarrolló una serie de medidas de apoyo para fomentar las adopciones nacionales y los acogimientos familiares. Al mismo tiempo, adoptó la iniciativa de abordar la causa fundamental de la producción masiva de adopciones en aquella época: el problema de las madres solteras. El Gobierno introdujo el Sistema de Fomento de la Adopción Nacional en enero de 2007 con el fin de promover las adopciones nacionales (Yim y Lim, 2012).

---

<sup>33</sup> “Babies for sale. South Koreans make them, Americans buy them”, escrito por Matthew Rothschild en enero de 1988.

## 2. El protagonismo de las niñas en la adopción china

La adopción internacional es un hecho social que trasciende las fronteras y pretende proporcionar un nuevo hogar y amparo a los niños que no pueden encontrar una familia adoptiva adecuada en su propio país. Sin embargo, la adopción internacional no es un tema exento de polémica, ya que implica complejas cuestiones jurídicas, socioculturales y económicas.

Desde que China abrió la adopción internacional a principios de la década de 1990, más de 150.000 niños de origen chino han encontrado familias en el extranjero. Como el mayor país de origen de esta práctica adoptiva en los últimos 20 años, las adopciones internacionales de China han atraído desde hace tiempo la atención internacional. La característica de la ratio de género, es decir, el protagonismo de las niñas en el conjunto de los adoptados chinos (Figura 8), ha reflejado la preferencia hacia el hijo varón y el estatus menos valorado de las mujeres en la sociedad, condicionados en el fondo por la política demográfica china y las tradiciones culturales.

Figura 8. Ratio de género y edad de los adoptados de origen chino en Estados Unidos (1999-2022)



Fuente: Figuras de estadística de adopción según Bureau of Consular Affairs de EE. UU.<sup>34</sup>

Las adopciones internacionales de Asia Oriental son un reflejo de la preferencia por el hijo varón y de la presión cultural sobre las mujeres para que renuncien o abandonen a las niñas (Selman, 2015). Si nos adentramos en el perfil de los adoptados de origen chino que ha acogido Estados Unidos, se observa una brecha considerable de la ratio de

<sup>34</sup> [https://travel.state.gov/content-travel-en-Intercountry-Adoption-adopt\\_ref-adoption-statistics-esri.html](https://travel.state.gov/content-travel-en-Intercountry-Adoption-adopt_ref-adoption-statistics-esri.html)

género. Desde el 1999 hasta 2022, se registra que un 84,1 % de los 82.658 adoptados son niñas, frente a un 15,9 % de niños. Y la mayoría de ellos son niños menores de dos años. El desequilibrio en la proporción de sexo demuestra objetivamente la necesidad de análisis específicos acerca de la discriminación de género que involucren factores geográficos, políticos y culturales.

En los últimos diez años se percibe la equiparación gradual (Figura 9) de las proporciones de género de los adoptados. Ello tiene que ver con la modificación de la política de adopción propuesta por parte de China después del 2014<sup>35</sup>, que solo se asigna a los niños con “necesidades especiales”, es decir, niños que padecen alguna patología y son mayores de 9 o 10 años, o constituyen un grupo de hermanos. La tramitación de dicha vía se remonta al 2005 y se denomina “Paisaje Verde”. Aunque la proporción entre niños y niñas está cerca de ser la misma después del 2014, según los datos estadísticos de la Oficina de Asuntos Consulares de Estados Unidos (*Bureau of Consular Affairs*), hay que señalar que la proporción de niños con necesidades especiales en las adopciones ocupa un lugar mayoritario, y la asignación de los adoptados se acerca gradualmente a los niños mayores. Según los datos sobre el perfil de los adoptados en 2016, ya no había ningún adoptado menor de tres años. Y, entre ellos, un 33 % son de entre 5-12 años, frente a un 94 % de adoptados menores de 2 años en 2005.

Figura 9. Comparación de ratio de género de niños chinos adoptados por familias estadounidenses de 2005 (izquierda) y 2016 (derecha)



Fuente: Estadística de adopción según Bureau of Consular Affairs de EE. UU.

En el año 2005, había 7.903 niños de origen chino que fueron adoptados por estadounidenses; entre ellos, 401 niños, frente a 7.502 niñas. En el 2016 encontramos 2.231

<sup>35</sup> Según reunión de directores generales de Infancia en el 22 de diciembre de 2014, “se acordó suspender la admisión de nuevas solicitudes de adopción para este país salvo que sea para la vía de ‘Pasaje Verde’ (menores con necesidades especiales)”. Más información: <https://www.juntadeandalucia.es-organismos-inclusion-social-juventud-familia-e-igualdad-areas-infancia-familias-adopcion-internacional-paginas-china.html>.

niños adoptados, 1.126 niños y 1.105 niñas. Con estas cifras, se aprecia la caída considerable de la cantidad de adopciones que se realizaron desde China, y también la subida del porcentaje de los varones adoptados. La disminución del número de adopciones de niñas no basta para indicar un cambio social completo en el tema de la preferencia por el hijo varón, y, al mismo tiempo, el porcentaje incrementado de los varones después del 2014, con el giro al “Paisaje Verde” —es decir, la adopción a los niños con necesidades especiales como la única vía de la adopción internacional—, revela que lo que las familias chinas requieren son hijos varones saludables.

## 2.1 Política del hijo único en China y la preferencia por el hijo varón

Las niñas adoptadas de origen chino y el Proyecto de Adopción en China constituyen una perspectiva para observar el estado particular de la política china de control de la población, y también refleja un aspecto importante de la discriminación de género en el mundo contemporáneo (Sen, 2003; Smolin, 2011). Al explicar la adopción internacional en China, y que tenga como característica especial el protagonismo de las niñas, el asunto se vincula generalmente con la planificación familiar china y la política estricta del hijo único. La planificación familiar se introdujo en la década de 1970 y se convirtió en política básica del Estado en 1982. La política del hijo único de China ha tenido influencia sobre casi un cuarto de la población mundial durante cuarenta años y, según las autoridades chinas, ha contribuido a prevenir el nacimiento de 250-300 millones de bebés.

La población es una cuestión global cuya solución está sujeta a condicionantes políticos, económicos, culturales e incluso internacionales. Tras el primer censo de la población en China en el 1953, algunos altos dirigentes y estudiosos ya habían expresado su preocupación por el desajuste entre la rápida tasa de crecimiento demográfico y sus recursos de producción limitados.

Habrían presentado políticas de control de la población relativamente suaves y propuestas para promover el control de la natalidad. Sin embargo, dicho pensamiento nunca se llevó a cabo a gran escala porque el líder del PCCh de aquel entonces no quería renunciar al peso político estratégico de la población para el desarrollo de la nación. Y China comenzó a aplicar formal y plenamente políticas de control de la población a principios de la década de 1970 (Li, 2019). Esta falta de prudencia respecto al desarrollo de

la población y sus posibles consecuencias no dejó a China otra opción que adoptar un enfoque estricto para implementar y promover la planificación familiar en una etapa posterior. El crecimiento demográfico seguía siendo demasiado elevado para los objetivos económicos sobre la iniciativa de Reforma y Apertura de Deng Xiao Ping, por lo que en 1979 se introdujo la política del hijo único (Hesketh y Zhu, 1997), que permaneció en vigor hasta 2015.

La tasa de fecundidad total (el número total de hijos que da a luz una mujer a lo largo de su vida), que había alcanzado los 750 millones en 1966, era de 6,26, cifra que descendió a 1,7 en 2004, cuando normalmente debería ser de 2,1 para mantener un cambio generacional normal y un desarrollo demográfico estable. Además del gran impacto en términos de crecimiento demográfico, es importante mencionar el desequilibrio en la proporción de género en China, interpretado como consecuencia imprevista de un acto masivo de intervención estatal en el ámbito de la procreación (Smolin, 2011).

Para garantizar la aplicación efectiva de la política, se establecieron en su momento una serie de incentivos y sanciones económicas. La implementación variaba de las zonas rurales a las urbanas, y había métodos de aplicación, como los abortos forzados, que podían no estar específicamente autorizados o incluso ser ilegales, pero que algunos oficiales locales aplicaban regularmente en respuesta a la presión para cumplir determinados objetivos o cuotas de población.

Salvo en circunstancias muy especiales, en las zonas urbanas había un límite de un hijo por pareja, y en las zonas rurales se podía tener un segundo hijo al cabo de cinco años si el primero era una niña. En aquella época, se necesitaba permiso oficial para el embarazo. Algunos métodos anticonceptivos de larga duración, como el DIU y la esterilización, eran las únicas opciones para que las mujeres pudieran evitar casos inconvenientes. En China, en el periodo 1980-1990, que dio lugar a un gran desequilibrio en la proporción de sexos de la población, a pesar de que era ilegal utilizar ecografías para predeeterminar el sexo de un feto, los abortos selectivos eran frecuentes. Las familias intentaban evitar los elementos punitivos y coercitivos, al tiempo que querían satisfacer las necesidades de tener el “esperado” hijo varón.

Sin embargo, son las políticas de control de la población las que empujan a las familias a dar el extraordinario paso de eliminar a las hijas, ya que eliminan la alternativa de aceptar a la hija y seguir intentando tener un hijo. De ahí que, cuando

el Gobierno chino impide o encarece el paso de tener un hijo más, un porcentaje significativo de familias busca algún medio de eliminar a la hija de su limitada asignación de hijos a fin de reservar el lugar para un hijo varón esperado (Smolin, 2011, p. 6).

Los investigadores chinos argumentan que la política del hijo único puede haber contribuido a la igualdad de género a largo plazo en el sentido de que las mujeres pueden tener más acceso a la educación, en comparación con la situación anterior en la que tenían que ceder ese derecho a los hijos varones de la familia. En cuanto a la socialización de los papeles de género, los hijos únicos están menos influidos por los papeles tradicionales de género que los hijos no únicos. Destaca el avance de la igualdad entre los hijos e hijas únicos en las zonas rurales. Los valores que anteriormente solo correspondían a los hijos varones ahora también son reconocidos si son hijas (Feng, 2012). Además, las hijas únicas también han podido conseguir derechos como los de los hijos en el tema de la educación y el desarrollo profesional (Xiao, 2012).

A pesar de lo mencionado anteriormente, es importante no pasar por alto que las mujeres fueron las mayores víctimas durante todo el proceso de implementación de esta política. A menudo las mujeres en edad gestacional tenían que aplicar métodos anticonceptivos a largo plazo a riesgo de su propia salud. Por otra parte, estaban los bebés nacidos con sexo femenino que no esperaban sus padres y los bebés de sexo femenino que deberían haber nacido, pero *desaparecieron* a causa de la intervención ajena. Aquí, la *intervención ajena* se refiere al aborto selectivo, el abandono y el infanticidio femenino atribuidos a factores políticos, económicos y socioculturales. Detrás de los fríos datos estadísticos, lo que no se puede contar y constatar del todo son las historias dolorosas y crueles de las familias y las madres desesperadas.

En el año 1983, *El País* publicó un reportaje titulado “La tragedia de nacer niña en China”<sup>36</sup>, en el que se leen las siguientes palabras de una madre afectada por dicha política:

“Todo se arreglará con mi muerte. Si no lo hago, todo será peor. Hoy es el último día, el tercer día...”. Este fue el patético testimonio que dejó Dai Fenghua, que se suicidó administrándose veneno a los pocos días de haber dado a luz a su segunda

---

<sup>36</sup> Véase el artículo original en: [https://elpais.com-diario-1983-02-27-sociedad-415148412\\_850215.html](https://elpais.com-diario-1983-02-27-sociedad-415148412_850215.html)

hija. Su esposo, que le había reprochado no haber aportado un hijo al matrimonio, le ordenó hacerlo dándole como plazo tres días. Es un caso aislado, pero no único, de los ocurridos en la China rural, que han saltado a las páginas de los periódicos con motivo de la nueva campaña de planificación familiar que comenzó a principios de este año en China bajo el lema *Una familia, un hijo*.

La política de planificación familiar se incorporó a la política nacional en 1982, si bien ya existía cierta aplicación relacionada con el control de la natalidad a mediados de 1970. El *boom* demográfico experimentado en los años 50 y 60 condujo a la política “Late, Long y Few<sup>37</sup>” y la reducción notable de la tasa total de fertilidad (Hesketh *et al.*, 2005). Algunos carteles y eslóganes de los comités locales de planificación familiar demuestran el esfuerzo por disolver las percepciones desiguales entre niños y niñas, aunque no pudieron aliviar sesgos arraigados en la cultura en cuanto al papel de las niñas.

Figura 10. Póster de planificación familiar



(Texto al pie del póster: La plántula es gorda, la flor es grande y solo nace un bebé gordo. Una niña es fuerte, un niño es fuerte, un niño es igual que una niña<sup>38</sup>, 1980).

Está claro que la cultura desempeña un papel importante en esta preferencia por el hijo varón. El trasfondo del desequilibrio histórico de género en China refleja un pre-

---

<sup>37</sup> Esta política aboga por una maternidad más tardía, con un mayor espaciamiento entre los nacimientos y un menor número de hijos, y constituye un programa de planificación familiar convencional en gran medida.

<sup>38</sup> Texto original en chino: 苗儿肥 花儿大, 只生一个胖娃娃, 女儿强, 男儿壮, 生男生女都一样

juicio fundamental contra las mujeres y la descendencia femenina en la sociedad patriarcal. Y no va a haber un cambio radical a menos que se impulse en la práctica el papel de las mujeres en la sociedad y cambien las actitudes hacia la descendencia femenina, esto es, hasta que se modifique la percepción de que solo los hombres representan la verdadera continuación del linaje familiar.

Figura 11. Póster de planificación familiar



(Texto al pie del póster: El trabajo y la producción son lo más glorioso, las mujeres también pueden ser heroínas y cambiar las costumbres e innovar<sup>39</sup>,1972).

Sin embargo, el concepto que tiene el pueblo chino de la inferioridad de la mujer respecto al hombre no ha cambiado mucho. Parece que la ausencia de descendencia masculina simboliza la extinción de la familia, y que la transmisión de la línea familiar bajo este marco sigue siendo un asunto de gran importancia, sobre todo en zonas en las que dominan aún más las ideas sobre la unión familiar, como la provincia de Anhui y Guangdong. En el pasado, la gente criaba a los niños para la vejez, porque las niñas tenían que casarse, y solo los varones vivían con sus padres después del matrimonio. Pero en el tema de cuidar a los mayores, ahora hay más situaciones en las que son las hijas las que cuidan con más esmero de sus padres ancianos.

El *Anuario Estadístico de China 2021*, publicado por la Oficina Nacional de Estadística de China, muestra que los datos sobre la proporción de sexo de la población (la cantidad de hombres por cada 100 mujeres) reflejan la situación actual de la población.

---

<sup>39</sup> 劳动生产最光荣，妇女也能当英雄，生男生女都一样，移风易俗创新风 <https://chinese-posters.net/posters-e15-377>.

La proporción de sexos en zonas rurales es de 107,91 de media, lo que refleja el desequilibrio de la proporción de sexos entre hombres y mujeres en China, especialmente evidente en las zonas rurales. Entre otros, destacan los datos en Pekín y Shanghái, que son 120,21 y 130,93 respectivamente. Además, entre la población urbana de 31 provincias, la cantidad de hombres también supera a la de mujeres en todas, menos en 11 provincias.

## 2.2 Desproporción de género en China

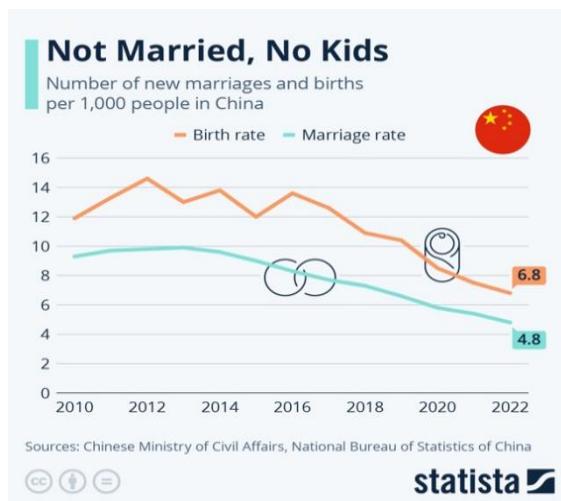
Como consecuencia directa de este doble impacto de la política y los valores culturales, estos datos suponen unos efectos sociales profundos y difícilmente reversibles. El desequilibrio significativo en la proporción entre hombres y mujeres ha dado lugar al fenómeno de que en China haya más hombres que mujeres. La falta de mujeres hace que los hombres jóvenes, sobre todo en las zonas rurales, se encuentren con más dificultades para acceder al matrimonio, y tienen un menor acceso al sexo. Esto podría aumentar el riesgo de enfermedad psicológica entre los hombres que sufren esta dura realidad, junto con la generación de factores distorsionados para la estabilidad social. A largo plazo, se condiciona el desarrollo de la industria del sexo, así como los casos de tráfico y secuestro de mujeres.

Abundan los fenómenos y comportamientos *inconscientes* de objetivación de la mujer en la sociedad. La popularidad de Internet ha facilitado el auge de la opinión pública y ha dado espacio al debate público. Los internautas masculinos se quejan del elevado coste del matrimonio en temas como la dote y la adquisición de viviendas, condiciones que exigen algunas familias por parte de la novia para conseguir la mayor garantía material para sus hijas antes del matrimonio. Las jóvenes temen casarse por una serie de preocupaciones: por un lado, no quieren convertirse en niñeras y, por otro, su desarrollo profesional podría verse obstaculizado por el periodo de recuperación tras la maternidad. Otras preocupaciones son la falta de comprensión y de respeto por parte del marido, o la violencia doméstica.

Otro factor que contribuye a la reducción de tasa de matrimonio y al aumento de la cultura de no casarse o retrasar la decisión es el coste elevado del cuidado y la crianza de los hijos hoy en día. En este sentido, las zonas rurales, donde el concepto de maternidad sigue alterado y se mantiene este anhelo siempre para los hijos varones, sufren mucho,

sobre todo en las zonas más pobres, donde ahora hay muchos pueblos de jóvenes solteros (光棍村).

Figura 12. Evolución del número de nuevos matrimonios y nacimientos (2010-2022)



Fuente: “Not married, no kids” de Richter (2023) en Statista.

Aunque es un hecho indiscutible que hay más hombres que mujeres en la sociedad china, la presión social y familiar sobre las mujeres para que se casen sigue siendo alta. Tal como expresa Beauvoir en su obra *El segundo sexo* (1949-2016), “no se nace mujer: se llega a serlo” (p. 371). Ser mujeres constituye una situación, condicionada y moldeada por los valores socioculturales y la comunicación de masas en determinados contextos. El valor de la feminidad y el significado social al que se refiere este símbolo se determina y se hereda de generación en generación. Durante miles de años, bajo la influencia del confucianismo, las mujeres chinas han estado supeditadas a su papel de hijas, esposas y madres, con las correspondientes responsabilidades que exigen estos roles.

Dentro de este sistema poder-conocimiento, se erigen culturalmente normas sobre los buenos comportamientos y las virtudes de las mujeres, como “ser una buena esposa y madre” (贤妻良母), “las tres obediencias y las cuatro virtudes” (三从四德). Estas definiciones unilaterales sobre la necesidad de cumplir con los intereses del hombre promueven la discriminación y la opresión de las mujeres en la sociedad.

Constituye un principio y norma casi universal que la mujer debe casarse cuando es mayor. Aunque con el continuo progreso de la sociedad y la mejora del nivel educativo

de las mujeres, las de más de treinta años que no están casadas ni tienen una relación estable son etiquetadas como *mujeres sobrantes* (剩女). Independientemente del tipo de educación que reciba una mujer y del tipo de carrera que siga, la sociedad espera invariablemente que las mujeres cumplan con su función reproductora.

Los padres siguen creyendo que “es mejor que las chicas se casen bien en vez de que estudien bien” (学得好不如嫁得好), y que tener una familia y criar a los hijos debe ser el destino final de las mujeres. Incluso ironizan acerca de que las mujeres que cuentan con el título de doctorado son del *tercer género*. En este sentido, se entiende socialmente que la reducción de tasa de matrimonio y natalidad se debe en parte al hecho de que cada vez haya más mujeres con educación superior y un pensamiento independiente.

En las plataformas sociales también es habitual encontrar el argumento de que la vida de una mujer que no ha tenido hijos está incompleta. En este clima social, se facilita el progreso del mercado matrimonial. Muchas mujeres se ven obligadas por sus familias a casarse y son presionadas a elegir el camino de mantener citas con el candidato que a sus padres les caen bien, lo cual acaba con su incorporación rápida al matrimonio mientras sus progenitores se sienten aliviados al considerar que han culminado una misión importante de su papel como padres.

Al mismo tiempo, este sistema de evaluación del valor *femenino* cultural por encima del valor personal y el estatus desigual en la relación matrimonial también intensifica los conflictos entre hombres y mujeres. Existen incluso algunos estereotipos de perfil de usuarios en las plataformas de redes sociales en China; por ejemplo, Xiao Hongshu (小红书) y Weibo (微博) están dominadas por usuarios femeninos, y las declaraciones y comentarios de los usuarios masculinos suelen ser vapuleadas por las mujeres. También hay aplicaciones diseñadas pensando en las necesidades de los usuarios masculinos, como el caso de Hupu<sup>40</sup> (虎扑).

Ante el empleo, las cargas familiares y el auge de la violencia doméstica, las mujeres son cada vez más conscientes de que lo más importante en la vida es invertir su

---

<sup>40</sup> Hupu (虎扑) es un espacio comunitario centrado en eventos deportivos y en el interés de los hombres acerca de los asuntos de la vida diaria. También hay secciones en las que los usuarios hablan entre sí sobre temas como las relaciones y el matrimonio.

tiempo y energía en mejorar sus propias habilidades y capacidades para ser independientes en la sociedad. El miedo al matrimonio y a la maternidad también se han convertido en temas de debate por excelencia entre las usuarias en Internet.

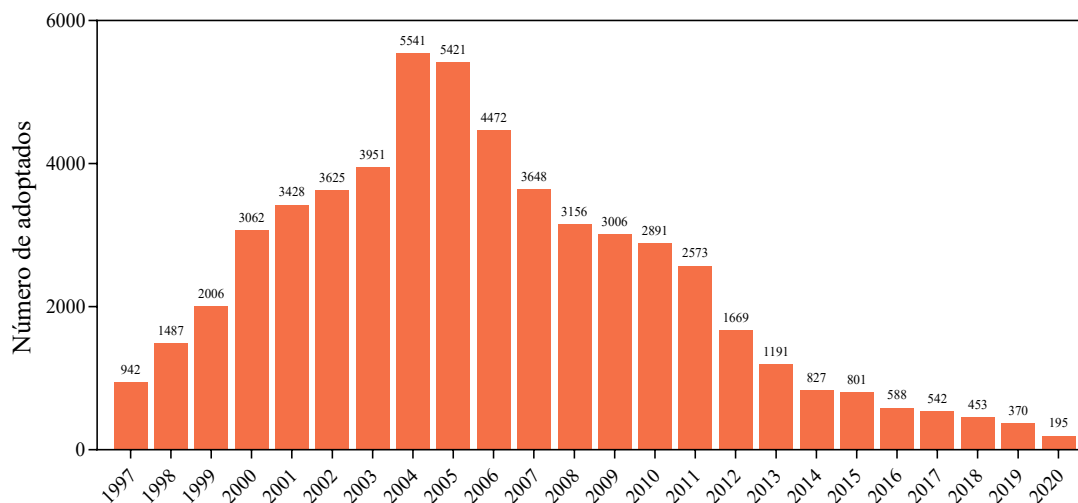
En los últimos años, China ha experimentado cambios drásticos en cuanto a la plasmación de sus políticas demográficas. Teniendo en cuenta la estructura demográfica actual, con una diferencia destacada del ratio de género y un número decreciente de nacimientos, China ha introducido nuevas políticas para animar a la gente a tener hijos y para prevenir los problemas socioeconómicos que pueden derivarse del envejecimiento social. Asimismo, se ha comprometido a llevar a cabo profundas reformas posteriores en la infraestructura social y proponer medidas de apoyo para aliviar la presión de la crianza.

La política de dos hijos que se promulgó a finales de 2015 marcó oficialmente que la política del hijo único había pasado oficialmente a la historia. Y poco después, el 31 de mayo de 2021, en una reunión del Buró Político del Comité Central del PCCh sobre el envejecimiento de la población, se anunció la política de tres hijos. Quizás, sin la intervención de la política del hijo único, seguiría existiendo el fenómeno del aborto selectivo y toda la presión social a las mujeres, a menos que se produjera un cambio sociocultural radical con respecto a las actitudes hacia la descendencia femenina, así como una mejora en las políticas y medidas a fin de garantizar y proteger de forma integral los derechos y la libertad de las mujeres.

### 3. La adopción internacional en España y su caso con China

#### 3.1 La evolución de la adopción internacional en España

Figura 13. Evolución de Adopción Internacional en España (1997-2020)



Fuente: Elaboración propia sobre la base de la tabla 4.

En comparación con otros países europeos nórdicos que ya vivieron el aumento de las prácticas de adopción internacional en los años 70 del siglo XX (Montané, 1996), su llegada a España y su acelerada expansión tuvo una demora de veinte años. Cuando en España la adopción internacional está ya en su apogeo, esta práctica pierde su importancia en países como Holanda y Dinamarca por el conocimiento de los posibles retos asociados (Ocón, 2005); entre otros, destacan posibles efectos psicológicos que van desde el abandono y la institucionalización hasta la propia construcción de la identidad de los adoptados en el proceso de adaptación a la sociedad de acogida.

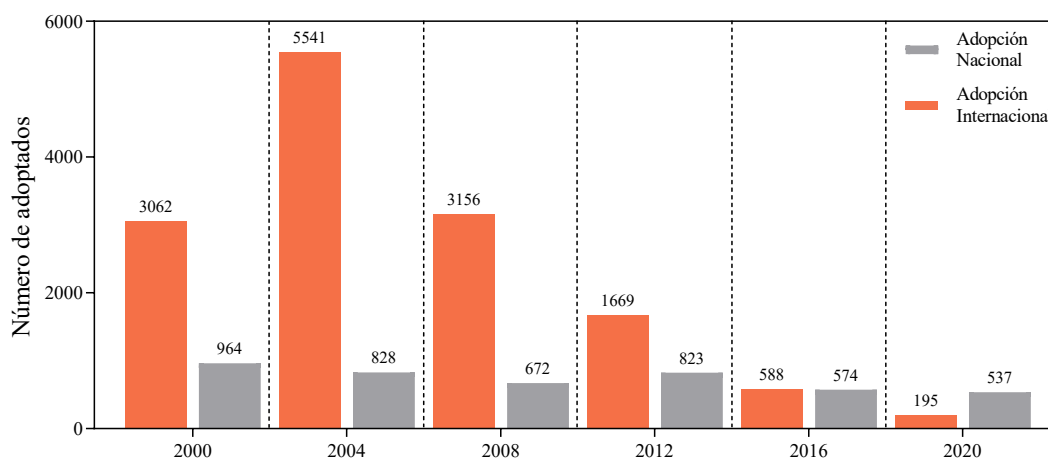
Se considera que fue en 1992 cuando se registró en España la primera adopción de un niño de origen extranjero (Marzal Martínez, 2008; Palacios *et al.*, 2005). Luego, a mediados de los años 90, se empezó a notar el incremento en la llegada de niños de origen extranjero a España, fenómeno que coincide con el flujo de inmigrantes que vinieron desde los mismos países de origen que los niños adoptados internacionalmente (Leinaweaver, 2011, 2013; Marre, 2009). España arrancó con la adopción internacional oficialmente después de 1997, fecha a partir de cual empieza a haber registros de datos estadísticos al respecto.

La adopción internacional en España experimentó un ascenso considerable en el intervalo de 1997-2004 (Figura 13). Concretamente en el año 1997 hubo 942 adopciones internacionales registradas, y en el año 2004 se llegó al pico, con 5.541 adopciones de niños extranjeros. Con las 3.428 adopciones internacionales registradas en el año 2001, España se convirtió en el segundo país receptor en el panorama mundial, solo por detrás de Estados Unidos, y el primero en Europa (Selman, 2012). De hecho, el florecimiento de la adopción internacional en España se relaciona con las actitudes públicas positivas frente a esta práctica en aquel entonces. Dicho periodo fue clasificado y denominado por Hoksbergen y Laak (2005) “optimista demandante” (citado en Berástegui, 2010. p. 19).

A partir del año 2005 se registra el primer descenso leve de adopciones. A ese respecto los medios de comunicación se refieren en términos de que “las adopciones internacionales se estabilizan” (06-08-2006b, *EL País*), con la esperanza de que esa tendencia vuelva a ascender. Lo que sigue después de tal fecha es una tendencia irreversible a la bajada de la adopción internacional por parte de españoles. Para tener una idea de dicho descenso, hacemos constar que en 2013 los españoles adoptaron 1.191 niños extranjeros, una bajada del 78,5 % en comparación con la cifra del 2004. Y en el año 2020, solo hubo 195 adopciones internacionales en España (Tabla 4).

En cuanto a los lugares de origen de los adoptados, América Latina, Asia y Europa del Este ocupan los lugares destacados, y China muestra un crecimiento significativo en el periodo 1997-2005 (Marzal Martínez, 2008). Si bien es cierto que los medios empiezan a alimentar discursos que promueven las adopciones nacionales como una solución alternativa frente al descenso de las adopciones internacionales, los datos muestran que dicho fenómeno no adquiere una evolución tan llamativa como la adopción internacional (Figura 14).

Figura 14. Adopción Internacional y Adopción Nacional en España (2000-2020)



Fuente: Elaboración propia según la tabla 5.

### 3.2 Marco legal de adopción internacional en España

Según la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño de 1989, solo se debe acudir al recurso de la adopción internacional en caso de que los niños no puedan ser atendidos adecuadamente en el país de origen ni se les pueda asignar un hogar de guarda o puedan ser acogidos por una familia adoptiva. Se recomienda “desterrar la idea muy generalizada de que se pueden adoptar niños en cualquier país del tercer mundo por el solo hecho de que existan menores necesitados de protección” (Marzal Martínez, 2008, p. 32).

La adopción se legalizó en España en 1987 con la Ley 21-1987. El 11 de noviembre se modifican determinados artículos de la Ley de Enjuiciamiento Civil en materia de adopción<sup>41</sup>. A partir de entonces se entiende que la adopción internacional empieza a adquirir valor judicial y constituye un instrumento de integración familiar, así como de protección a la infancia. En cuanto a la normativa internacional, en marzo del 1995 España ratificó el Convenio de la Haya relativo a la protección del niño y a la cooperación

---

<sup>41</sup> Más información sobre los detalles de los artículos en materia de la adopción en la Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado: <https://www.boe.es-buscar-doc.php?id=BOE-A-1987-25627>

en materia de adopción internacional, constituido el 29 de mayo de 1993<sup>42</sup>. Dicho Convenio se ha convertido en el marco legal de referencia en las prácticas de adopción internacional y destaca el hecho de que se da primacía al interés superior del menor y a la importancia de respetar sus derechos fundamentales durante la práctica de adopción.

En la Ley Orgánica 1-1996 de Protección Jurídica del Menor de España<sup>43</sup>, se enriquecen los detalles de los procedimientos y trámites vinculados con la adopción internacional, así como las regulaciones en cuanto a las responsabilidades de las entidades competentes. Se concreta por primera vez la intervención de las Administraciones públicas competentes en la valoración de la idoneidad de los solicitantes y en la acreditación de las denominadas Entidades Colaboradoras de la Adopción internacional (ECAI en adelante). Además, estas entidades públicas se encargan también de las comunidades autónomas en el establecimiento de los procedimientos de tramitación de la adopción.

A partir de entonces se inicia el proceso de desarrollo normativo en las Comunidades Autónomas, y también el de implantación del sistema de ECAI en España. Dichas entidades colaboradoras adquirieron el nombre de Organismos Acreditados para la Adopción Internacional (OAAI en adelante) con la Ley 26-2015, de 28 de julio, siguiendo la terminología del Convenio de la Haya. Posteriormente, con la aprobación del Real Decreto 165-2019<sup>44</sup>, se concretan más detalles en cuanto al proceso de su acreditación y control.

Los OAAI<sup>45</sup> son entidades sin ánimo de lucro inscritas en el presente registro y que tienen como finalidad en su estatus la protección a la infancia. Ofrecen gran apoyo a

---

<sup>42</sup> Más información sobre dicha ratificación en: <https://www.boe.es-buscar-doc.php?id=BOE-A-1995-18485>

<sup>43</sup> Más información sobre la Ley 1-1996 en: <https://www.boe.es-buscar-act.php?id=BOE-A-1996-1069>

<sup>44</sup> Según Azcárraga Monzonís (2019), por el Real Decreto “se aprobó el nuevo Reglamento de Adopción Internacional, un texto normativo que concreta en nuestro sistema determinados aspectos de la Ley 54-2007 de Adopción Internacional relacionados con la labor de intermediación llevada a cabo en este campo por los denominados actualmente “organismos acreditados”. En la mayoría de dichos aspectos el Reglamento ha confirmado que el modelo español se ha dirigido hacia una mayor centralización, habiendo transferido a la Administración central determinadas competencias que antes desarrollaban las comunidades autónomas.” En dicho artículo también se puede consultar más información sobre la evolución del marco legal de la adopción internacional en España.

<sup>45</sup> Los detalles específicos de la regulación en el marco normativo de la adopción internacional en España y de las entidades involucradas pueden haber experimentado cambios y modificaciones a lo largo del tiempo. Para más información actualizada sobre la lista de los OAAI acreditados, se recomienda consultar la página web del Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030: [https://www.mdsocialesa2030.gob.es-derechos-sociales-infancia-y-adolescencia-adopcion-internacional-Organismos\\_intermediacion\\_ai.htm](https://www.mdsocialesa2030.gob.es-derechos-sociales-infancia-y-adolescencia-adopcion-internacional-Organismos_intermediacion_ai.htm).

los solicitantes en materia de información, intermediación y asesoramiento a lo largo de la tramitación de la adopción, y también durante el seguimiento del estado posadoptivo de los adoptados<sup>46</sup>. Entre 2000-2004 se realizaron más solicitudes y trámites de adopción internacional a través de las ECAI que a través de las entidades públicas. En el año 2000 el porcentaje fue 69,3 %, frente al 30,7 % a través del protocolo público (Marzal Martínez, 2008). Estos datos notables del fenómeno tienen cierta relevancia para nuestra investigación posterior, concretamente en cuanto a la visibilidad y la imagen de profesionalidad de estas entidades en el ámbito de la adopción internacional en España.

### 3.3 Contexto social del aumento de la adopción internacional en España

Destacan una serie de circunstancias coyunturales que propician la adopción internacional y una calurosa acogida de esta práctica por parte de la sociedad española. En los años 90, España cuenta con la tasa de fertilidad más baja entre los países europeos. En este contexto surge la necesidad de muchas personas de constituir una familia a través de la reproducción asistida. Entre otras opciones, la adopción internacional es percibida como una solución. Además, destaca el cambio de actitudes sociales respecto a la estructura familiar, así como la reducción de menores disponibles que puedan ser adoptados nacionalmente para la mejora de la situación de la infancia. Todo ello contribuye a la aparición de este fenómeno en España (Marcos, 2011; Montané, 1996).

En el entorno sociocultural, la comunicación masiva de los posibles riesgos de la infancia en determinadas zonas y países favorece que se genere este clima proclive a la adopción. La reiteración en los medios de comunicación de las condiciones terribles de vida de los niños en los orfanatos consigue espolear el imaginario de los habitantes de los países desarrollados. Se entiende que deben acudir a la adopción internacional para salvar a estos niños que pueden verse afectados por una falta de atención profesional y de tratamiento médico adecuado. De este modo, la adopción internacional adquiere su etiqueta de acto altruista.

---

<sup>46</sup> Para más información relacionada con el proceso de adopción internacional, véase Odón (2005, pp. 209-210).

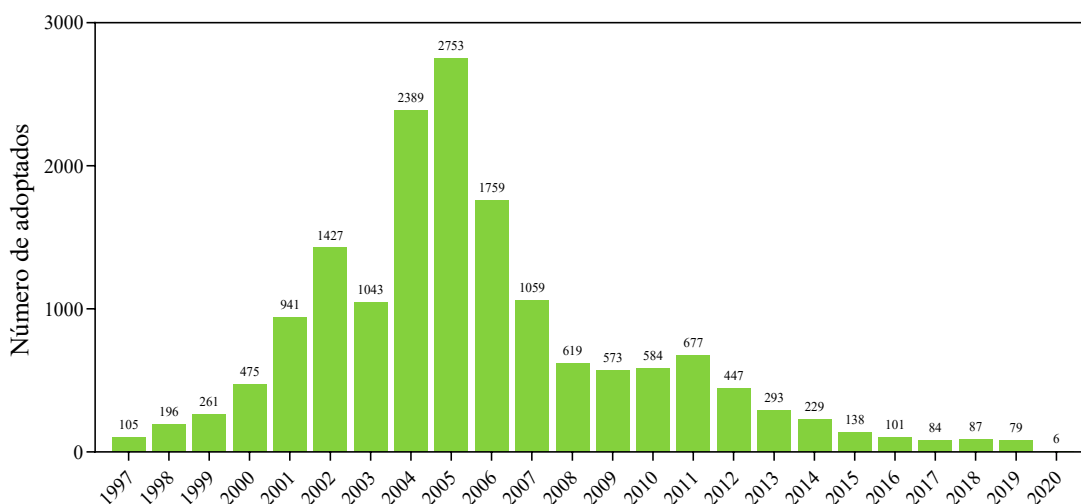
Parece que la adopción internacional se constituye como solución al problema tanto para las personas que desean tener hijos como para los países que no tiene suficientes recursos para cuidar adecuadamente la infancia de estos menores. Pero, como señala Montané (1996), lo que en realidad acompaña a este contexto de “la cultura de adopción” es un sistema de adopción internacional todavía no muy desarrollado. De hecho, falta una reflexión suficiente sobre el propio acto desde un punto de vista más crítico que tenga en cuenta las posibles consecuencias y retos que se plantean para todas las partes involucradas.

Las características de la adopción internacional, su carácter interétnico e intercultural, la implicación de dos países, de dos legislaciones y la complejidad de su tramitación exigen desarrollar vías de coordinación estable entre los organismos competentes de los países a lo largo de todo el proceso de adopción, proceso que se inicia con la selección de los solicitantes y, después de atravesar fases tan delicadas como la de decidir si el niño está con condiciones de ser adoptado, la asignación del menor a una familia y la aceptación de llevar a cabo dicha adopción (Montané, 1996).

### 3.4 La evolución de la adopción entre China y España

La adopción internacional entre China y España, como se puede apreciar en el gráfico, ha pasado por aumentos graduales año tras año después de su inicio. El fenómeno llegó a su auge en el año 2005 con la llegada a España de 2.753 niños de origen chino, aunque en ese mismo año España sufrió su primer descenso en el panorama de la adopción internacional (Figura 15). Si bien es cierto que en el primer lustro después del 2000 se registraron considerables subidas en las adopciones de niños de origen chino, en la última década las adopciones internacionales entre los dos países han experimentado disminuciones considerables. En el año 2020 solo se registraron 6 adopciones, frente a 677 adopciones inscritas en 2011.

Figura 15. Evolución de la Adopción Internacional China-España (1997-2020)



Fuente: Elaboración propia sobre la base de datos en la tabla 6.

De hecho, para lograr un entendimiento integral de la evolución y el estado actual del fenómeno de la adopción internacional entre España y China se requiere una reflexión tanto desde el punto de vista regional como global. Sería oportuno situarlo dentro de un contexto más amplio —histórico y jurídico— del panorama mundial de dicha práctica. Además, se relaciona con las circunstancias socioculturales y económicas que subyacen en el desarrollo de la adopción internacional en China (como país de origen) y España (como país de recepción).

Este enfoque integrado de análisis nos proporciona una comprensión más completa de los eventos relacionados con la adopción internacional en estos dos países, así como de las representaciones mediáticas asociadas. A continuación, se presenta la división de la evolución de la adopción internacional China-España en tres etapas, según la dinámica de su desarrollo.

- **1997-2005:** *boom* de la adopción internacional China-España

En 1997, España abrió sus puertas a la adopción internacional oficialmente con el establecimiento de los cauces jurídicos necesarios. Ese año, China ya tiene presencia en los medios españoles, descrita como país de origen de adopción para los españoles junto con Perú, Colombia e India. A partir de finales de los 90 y los primeros años del siglo XXI, España experimentó el llamado «boom de la adopción internacional», que dio lugar a que llegaran 51.129 niños procedentes de otros países entre 1998 y 2004 (Paniagua Infantes, 2018). Cabe destacar que, la visión favorable pública a la adopción internacional y el aumento de la solicitud han sido contribuido y acompañado por la representación de los medios de comunicación sobre la temática, con las imágenes impactantes que muestran las condiciones precarias del entorno de vivencia de los orfanatos. Se presenta así la adopción internacional como solución para ayudar a los niños necesitados. Y de ahí, un clima solidario social entorno a este fenómeno (Berástegui, 2005, p. 42-43).

Durante este periodo, la cobertura mediática española sobre la adopción en China alcanza su cénit. Ello tiene que ver con las crecientes solicitudes de adopción de menores chinos realizadas por los españoles. Estas se inician tras la emisión del documental *Las habitaciones de la muerte* en 1995. En el año 2002, China se consagra como el principal destino para las familias españolas que quieren adoptar un niño. En el año 2004 España presenta la cifra más alta de adopciones internacionales desde el inicio de este proceso, lo cual contribuye a que se convierta en el primer país de la UE y el segundo del mundo en el número de adopción de niños de origen extranjero, solo por detrás de Estados Unidos. En 2005 llegaron a España 2.753 niños procedentes de China, la cifra más alta registrada en China desde el año 1997.

- **2006-2008:** estabilización y caída de la adopción China-España

En el año 2005 se registra el primer descenso en la cantidad total de la adopción internacional en España<sup>47</sup>, a pesar del aumento de la cifra experimentado entre China y España el año anterior. Y fue a partir del 2006 cuando empezó la caída drástica de adopciones realizadas en China, condicionada por consecuencias legislativas, económicas, políticas y cambios sociales entre China y España. Los nuevos requisitos planteados por las entidades chinas en el año 2007 frente a la avalancha de solicitudes de adopción provocaron una ralentización en la tramitación. Las restricciones del país de origen fueron uno de los factores que mencionaron los medios españoles en el *framing* de las causas del descenso de las adopciones chinas, junto con la crisis económica de España de aquel entonces.

- **2009-2020:** adopción con necesidades especiales y crecimiento de los adoptados

Durante este periodo, China deja de ser el país preferente para los españoles en cuanto a adopción internacional; se observan cambios en la estrategia discursiva en relación con la representación sobre la adopción en China. Dicho cambio constituye el resultado de la acumulación de prácticas y conocimientos, así como reflexiones sobre la realidad en torno a la adopción internacional y la preocupación por los retos que puedan encontrar los adoptados en términos de adaptación social y construcción de identidad. Las noticias aparecidas después de este tiempo se vinculan en su mayoría con las experiencias compartidas por los adoptantes españoles sobre su proceso de adopción de los niños chinos con necesidades especiales, única vía factible después del 2014 si se desea adoptar en China. Además, también se encuentra la cobertura en el desarrollo de la adopción nacional como vía alternativa frente a las dificultades para realizar la adopción internacional.

---

<sup>47</sup> Según los datos publicados en la página web de CORA (<http://www.coraenlared.org/información-estadística/>), en el año 2005 se registran en España 5.423 adopciones internacionales, frente a 5.541 adopciones en el 2004.

Tabla 4. Datos estadísticos de Adopción Internacional en España (1997-2020)

| Año  | N.º de adopciones | Año  | N.º de adopciones | Año          | N.º de adopciones |
|------|-------------------|------|-------------------|--------------|-------------------|
| 1997 | 942               | 2008 | 3.156             | 2019         | 370               |
| 1998 | 1.487             | 2009 | 3.006             | 2020         | 195               |
| 1999 | 2.006             | 2010 | 2.891             |              |                   |
| 2000 | 3.062             | 2011 | 2.573             |              |                   |
| 2001 | 3.428             | 2012 | 1.669             |              |                   |
| 2002 | 3.625             | 2013 | 1.191             |              |                   |
| 2003 | 3.951             | 2014 | 827               |              |                   |
| 2004 | 5.541             | 2015 | 801               |              |                   |
| 2005 | 5.421             | 2016 | 588               |              |                   |
| 2006 | 4.472             | 2017 | 542               |              |                   |
| 2007 | 3.648             | 2018 | 453               |              |                   |
|      |                   |      |                   | <b>Total</b> | 55.845            |

Fuente: Elaboración propia según datos recopilados por Bene García desde el Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030<sup>48</sup>.

---

<sup>48</sup> Se puede acceder a la página web de la Asociación Atlas de Adopción y Acogimiento (<https://www.as-atlas.org/>) para obtener más información sobre estadísticas relacionadas con la adopción internacional en España.

Tabla 5. Adopción Internacional y Adopción Nacional de España (número de adoptados)

| <b>Año</b>  | <b>Adopción Internacional</b> | <b>Adopción Nacional</b> | <b>Total</b> |
|-------------|-------------------------------|--------------------------|--------------|
| <b>2000</b> | 3.062                         | 964                      | 4.026        |
| <b>2004</b> | 5.541                         | 828                      | 6.369        |
| <b>2008</b> | 3.156                         | 672                      | 3.828        |
| <b>2012</b> | 1.669                         | 823                      | 2.492        |
| <b>2016</b> | 588                           | 574                      | 1.162        |
| <b>2020</b> | 195                           | 537                      | 732          |

Fuente: Los datos de 2000-2016 han sido extraídos de estadísticas de adopción anual de España (1997-2018) publicadas en la página oficial de HCCH<sup>49</sup>. Los datos de 2020 proceden del Boletín Oficial de Datos Estadísticos de Medidas de Protección a la Infancia, número 23<sup>50</sup>.

---

<sup>49</sup> Se puede acceder a dicho documento directamente a través de <https://assets.hcch.net-docs/>. También se puede buscar la palabra “estadísticas” en el buscador y encontrar “state response”.

<sup>50</sup> Se puede acceder a dicho documento en la página oficial del Observatorio de la Infancia del Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030: <https://observatoriodelainfancia.mdsocialesa2030.gob.es/>

Tabla 6. Datos de Adopción Internacional (España) procedente de China (1997-2020)

| <b>Año</b> | <b>N.º de adopciones</b> | <b>Año</b> | <b>N.º de adopciones</b> | <b>Año</b>   | <b>Cantidad</b> |
|------------|--------------------------|------------|--------------------------|--------------|-----------------|
| 1992       | —                        | 2004       | 2.389                    | 2016         | 101             |
| 1993       | —                        | 2005       | 2.753                    | 2017         | 84              |
| 1994       | —                        | 2006       | 1.759                    | 2018         | 87              |
| 1995       | —                        | 2007       | 1.059                    | 2019         | 79              |
| 1996       | —                        | 2008       | 619                      | 2020         | 6               |
| 1997       | 105                      | 2009       | 573                      |              |                 |
| 1998       | 196                      | 2010       | 584                      |              |                 |
| 1999       | 261                      | 2011       | 677                      |              |                 |
| 2000       | 475                      | 2012       | 447                      |              |                 |
| 2001       | 941                      | 2013       | 293                      |              |                 |
| 2002       | 1.427                    | 2014       | 229                      |              |                 |
| 2003       | 1.043                    | 2015       | 138                      |              |                 |
|            |                          |            |                          | <b>Total</b> | 16.325          |

Fuente: Elaboración propia según datos recopilados por Bene García desde el Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030.

Nota: No se han podido encontrar datos oficiales de adopción internacional China-España entre 1992 y 1996 (1992 fue el año en que China abrió oficialmente la puerta de la adopción a los extranjeros). Sin embargo, hay registros sobre los casos anteriores al año 1996. Según Marcos (2011, p. 31), en abril de 1995 se dio la primera niña china a una familia española.

## 4. La representación mediática de la adopción internacional

### 4.1 China como país de origen

El tema de la adopción internacional en China ha sido un asunto público y tratado en los medios de comunicación. Se le ha dado una amplia cobertura mediática tanto en el periódico oficial, *Diario del Pueblo* (人民日报), como en otros periódicos y medios influyentes.

En cuanto a la *tematización* del caso, encontramos los siguientes temas relevantes:

- reportajes sobre la aprobación y modificación del marco legal relacionado con la adopción internacional;
- atención a los detalles del proceso de adopción;
- críticas y reflexiones sobre el sistema de adopción;
- enfoque orientado al viaje de búsqueda de raíces que emprenden los adoptados y su experiencia vivida en el extranjero con sus familias adoptivas;
- y apreciaciones de los adoptantes sobre el sistema de adopción chino.

Figura 16. Artículo periodístico sobre la ley de adopción de China



Nota (traducción del titular): “Que todos los niños tengan un hogar, tras la modificación de la Ley de Adopción”<sup>51</sup>, *Diario del Pueblo* (02-12-1998).

<sup>51</sup> Noticia publicada con el título original “愿天下孩子都有家——写在《收养法》修改以后”. En ella se lee: “La modificación de la Ley de Adopción ha relajado aún más las condiciones de adopción y ha mejorado el proceso de adopción, permitiendo a muchas personas con capacidad de apoyo adoptar niños de forma más razonable, justificada y legal a partir del 1 de abril de 1999... Según el Convenio de la Haya, la adopción internacional es un método alternativo y complementario solo si el niño no puede ser adoptado, acogido o colocado en su país de nacimiento. Abogamos por que la adopción sea autónoma dentro del país, es decir, que la adopción nacional tenga prioridad y que la adopción internacional se realice con moderación sobre esta base”.

Figura 17. Representación periodística sobre la adopción internacional



Nota (traducción del titular): “La adopción internacional de una pareja de Noruega”, *Diario del Pueblo* (28-11-1994).

Figura 18. Artículo chino sobre la adopción internacional



Nota (traducción del titular del reportaje): “El misterio de la adopción internacional”, *Opinión del Sur*<sup>52</sup>, traducción de la nota de pie de la imagen: “Tres niñas chinas con sus padres americanos en Guangzhou” (25-08-1993).

Observamos que el *Diario del Pueblo*, como portavoz del discurso oficial, centra en gran medida su cobertura en el cambio de las políticas y la transmisión de la actitud

<sup>52</sup> *Opinión del Sur* (chino simplificado: 南风窗; inglés: South Reviews) es una revista quincenal de política y economía con sede en Guangzhou, China; se fundó en abril de 1985.

de las instituciones competentes con respecto al tema de la adopción internacional. Esta postura refleja el carácter del periódico como medio de comunicación oficial que defiende la ideología e inclinación política del Gobierno.

Hay un número creciente de informes oficiales y reportajes sobre las historias de los extranjeros que adoptan niños en China antes del 2006. Se puede encontrar una actitud oficial abierta al proyecto de la adopción internacional, según la cobertura mediática de esta época. Además, las valoraciones citadas y las experiencias compartidas por parte de los adoptantes son positivas en su mayoría.

Desde que China promulgó su ley de adopción en 1992, ha aumentado el número de extranjeros que adoptan legalmente a niños chinos. Una madre extranjera dijo: “En lugar de añadir otro niño al mundo, es mejor querer a un niño que ya está ahí y que anhela una familia...”. La parte interesada ha expresado que después de que la Ley de Adopción de China se adapte a la normativa internacional, el número de familias extranjeras que adoptan niños chinos seguirá aumentando y el abanico de adopciones será aún más amplio (05-08-2005, *Diario del Pueblo* en su versión ultramarina, traducción propia).<sup>53</sup>

Los organismos chinos de bienestar infantil tienen una actitud positiva frente a las adopciones realizadas por los extranjeros porque reducen en cierta medida la presión de las instituciones... las adopciones internacionales reducen la carga de las instituciones, a la vez que dan a algunos de los niños el calor de una familia, lo que es muy beneficioso para la salud física y mental, así como el desarrollo de la personalidad de los niños (05-08-2005, *Diario del Pueblo* de versión ultramarina, traducción propia).

---

<sup>53</sup> Noticia titulada en chino: 5 万中国儿童被外国人领养 80%领养家庭来自美国. “5.000 niños chinos son adoptados por extranjeros y el 80 % de las familias adoptivas provienen de Estados Unidos”, <https://news.sohu.com-20050805-n226568144.shtml>. (Aquí aportamos el enlace de *Sohu* en el que también se publicó la noticia. Fue una noticia compartida por parte de *Diario del Pueblo* en su versión ultramarina, pero ya no podemos encontrar dicho artículo en su propia página).

Asimismo, encontramos atención por parte de otros medios chinos al inicio del fenómeno, como es el caso de la revista china *Opinión del Sur* (南风窗)<sup>54</sup> y el periódico *Diario de la Juventud de Pekín* (北京青年报)<sup>55</sup>. Apreciamos diversidad de temáticas que intentan mostrar el fenómeno y el panorama de la adopción internacional y su desarrollo en China. A la vez, se explica a los lectores interesados la situación de integración de los adoptados de origen chino después de llegar a la sociedad de acogida, indicando que muchas veces crecen con confusión, preguntas y conflictos internos debidos a las cuestiones interculturales e interétnicas y a la falta de información sobre su propio pasado.

En torno a 2006, descubrimos que algunos reportajes en los medios de comunicación chinos empezaron a poner el foco en la experiencia de los padres adoptivos y los adoptados que regresaron a China para recuperar sus raíces. Además de aquel tipo de viajes que se emprendieron voluntariamente para conocer sus lugares de nacimiento, los orfanatos en que vivieron y buscar a sus familias biológicas, destacan las noticias en relación con el “campamento de verano para familias extranjeras que adoptan niños chinos”<sup>56</sup>.

“El campamento de verano (e invierno) de ‘viaje de búsqueda de raíces’”<sup>57</sup> se creó en 1999 como un proyecto de inmersión cultural para los jóvenes de ascendencia china, dirigido por la Oficina de Asuntos de Chinos de Ultramar del Consejo de Estado<sup>58</sup>. Cada año, los jóvenes de origen chino en ultramar tienen la oportunidad de visitar el lugar al que sus antepasados llamaban “hogar” para conocer y descubrir sus raíces. Más de 230.000 jóvenes de origen chino de 74 países y regiones se han beneficiado de este programa (Wang, 2016).

En respuesta a las diferentes características y necesidades de los participantes, la OCAO también organizó campamentos con temas de “danza folclórica china”, “artes

---

<sup>54</sup> El 13 de noviembre de 1992 se publica el artículo “Los huérfanos en el extranjero” (中国孤儿在海外); el 25 de agosto de 1993, “El misterio de la adopción internacional” (跨国收养之谜).

<sup>55</sup> Reportaje publicado el 5 de julio de 2001, titulado “La familia estadounidense del huérfano chino” (中国孤儿的美国家庭)

<sup>56</sup> En chino: 领养中国儿童外国家庭夏令营

<sup>57</sup> En chino: “中国寻根之旅”夏(冬)令营

<sup>58</sup> En chino: 侨务办公室. La Oficina de Asuntos de los Chinos de Ultramar (OCAO) es una oficina administrativa que anteriormente dependía del Consejo de Estado de la República Popular de China y se encarga de mantener el contacto con los chinos que residen en el extranjero o que regresan a China. En 2018, la OCAO y sus funciones fueron absorbidas por el Departamento de Trabajo del Frente Unido del Partido Comunista Chino.

marciales chinas”, “música folclórica china” y “cultura de la ópera china”, y campamentos de verano para “niños adoptados de origen chino” (Li, 2009; Wang, 2016).

La “búsqueda de raíces” no es solo una necesidad de los adoptantes y los adoptados, sino también una tendencia y práctica recomendable que surge con la acumulación de reflexiones sobre las posibles consecuencias interculturales e interétnicas involucradas en la adopción internacional. Para ayudar a los adoptados a enfrentarse a las dudas como “quién soy” y “de dónde vengo”, los países de origen se incorporaron a la organización de proyectos de apoyo. Se facilitó a los niños adoptados que volvieran a sus lugares de nacimiento con el fin de establecer una identidad propia integradora.

Países como Corea del Sur, Vietnam y Chile, que tienen mucha experiencia en la adopción internacional, poseen una larga tradición en recibir visitas de retorno por parte de los adoptados, por lo que establecieron sus propios sistemas. Entre ellos, Corea del Sur ya comenzó sus actividades en relación con la búsqueda de raíces para los adoptados en 1975 (Liu, 2007).

En 2006, al intensificarse la labor de la adopción internacional en China, el Ministerio de Asuntos Civiles puso en marcha un programa de recuperación de raíces para satisfacer las necesidades de las familias adoptivas extranjeras y de los niños adoptados. China lleva participando en la adopción internacional desde los años 80, y actualmente ha establecido relación de adopción con 17 países, entre ellos Estados Unidos, España e Italia. Desde 2006, más de 4.000 niños adoptados de origen chino han participado en actividades de recuperación de raíces<sup>59</sup>.

Las visitas al país de nacimiento pueden guiar a los niños adoptados a obtener una visión más global de sus *orígenes* y también de su país de acogida. En nuestro caso, el “viaje de búsqueda de raíces” se ha convertido en una ventana significativa para que las nuevas generaciones de jóvenes de origen chino conozcan la historia y la situación actual de China. El programa ha sido un tema por excelencia mencionado por los participantes de la adopción internacional en los medios de comunicación chinos.

Los organizadores y las instituciones se han dado cuenta de la importancia de la difusión informativa en cuanto a los efectos mediáticos del proyecto. Además de ponerse en contacto con los principales medios de comunicación del sistema de asuntos de los

---

<sup>59</sup> “China ha establecido la relación de adopción con 17 países”: 中国已与 17 国建立收养合作关系 (16-06-2016, edición del *Diario del Pueblo en el Extranjero*).

chinos en el extranjero, como la Agencia de Noticias de China, también han invitado activamente a los medios de comunicación locales a realizar una cobertura continua y en profundidad de los campamentos de verano cada vez que se celebran.

La participación de los medios de comunicación ha legalizado los discursos que enfatizan la importancia de conocer los *orígenes* de los adoptados. Y al mismo tiempo ha fortalecido la voluntad de los jóvenes de origen chino de ultramar para volver a sus lugares de nacimiento y acercarse más a China. En la cobertura mediática de las actividades relacionadas con la búsqueda de sus raíces, descubrimos que los medios de comunicación chinos han contribuido a construir una imagen nacional positiva seleccionando las citas de declaraciones de los representantes de los organismos competentes.

El Gobierno chino concede gran importancia a la protección de los derechos e intereses de los niños y, en consonancia con el “interés superior del niño”, selecciona familias adoptivas de todo el mundo para los niños que viven en orfanatos y presta una atención continua a su desarrollo una vez que entran en las familias. En los últimos años, el Gobierno chino ha promovido activamente el retorno de los niños a sus raíces y ha proporcionado ayuda financiera, demostrando plenamente su preocupación por los niños adoptados” (“91 niños chinos adoptados vuelven a sus raíces”<sup>60</sup>, 16-06-2016, edición 15, *Diario del Pueblo*).

En 2012 encontramos noticias en los medios de comunicación chinos que hablan sobre el descenso notable del número de adopciones internacionales en China, lo que coincide con la tendencia de caída del panorama de adopción internacional a escala mundial. Las fuentes de estos reportajes provienen de los medios de comunicación extranjeros, y los datos los proporcionan expertos referentes en el ámbito de adopción internacional. La mayoría de las noticias que aparecen en los medios chinos sobre esta misma temática durante este periodo se recopilan y traducen al chino.

---

<sup>60</sup> Titular original en chino: 91 名中国被收养儿童寻根回访, 人民日报 (2016-06-16 第 15 版).

#### 4.1.1 *Los nuevos medios y la adopción internacional*

La aparición de nuevos medios de comunicación hace posible una mayor difusión y presentación de las historias y experiencias de los protagonistas de la adopción internacional. Los artículos y vídeos cortos que revelan sus condiciones de vida se ven en las plataformas de redes sociales chinas como Weibo (微博), WeChat (微信), *Watermelon Video* (西瓜视频) y en plataformas de noticias *online* como *Sohu* (搜狐) y *NetEase* (网易). El público chino que se interesa por este tema tiene más canales y formas de informarse que antes.

Hay que admitir que los nuevos medios de comunicación aportan un toque multidimensional en cuanto a los formatos de los mensajes. La movilidad de los nuevos medios de comunicación ofrece la posibilidad y la comodidad de la difusión de la información y la interacción entre los usuarios, enriqueciendo enormemente los canales de difusión de mensajes. Hasta cierto punto, esto crea un entorno específico de opinión pública e influye en el ambiente de opinión de un determinado grupo, una determinada región o incluso una zona más amplia.

En los nuevos medios de comunicación, representados por Internet y los teléfonos móviles, tanto los difusores como los receptores de información pueden publicar, compartir y recibir información, lo que estimula aún más los efectos cognitivos surgidos de los mensajes y permite el intercambio de información y la interacción entre individuos y entre diferentes grupos.

En nuestro caso, la adopción internacional y la representación de los principales actores van desde las noticias en prensa, los artículos en las redes sociales y plataformas digitales hasta los vídeos cortos. Las características de los publicadores de la información en este contexto suelen ser diversas, desde los medios de comunicación tradicionales, pasando por los medios locales chinos de los países de adopción, hasta el público que conoce a las familias adoptivas y a los adoptados. Al mismo tiempo, se observa un aumento del interés de los usuarios chinos por el tema de la adopción internacional, como se refleja a través de sus comentarios e interacciones en los foros (Figura 19).

Figura 19. Representación de la vida de los adoptados en redes sociales chinas



Fuente: Imágenes extraídas del contenido multimedia y el foro de comentarios<sup>61</sup>, 18-04-2022, *WaterMelon Video*.

El público chino conoce cada vez más sobre la historia de la adopción internacional y la situación de los adoptados en países extranjeros. Durante los Juegos Olímpicos de Tokio de 2021, la canadiense Margaret MacNeil ganó la medalla de oro en los 100 metros mariposa femeninos, y su rostro asiático dio lugar rápidamente a informes sobre la identidad de la atleta: nació en la provincia de Jiangxi de China y fue adoptada por una pareja canadiense a la edad de 1 año.

Esta información, según el famoso comentarista chino Xijin Hu (胡锡进) en su cuenta de Weibo (微博), “dejó a una parte de la población china avergonzada o con sentimientos más complicados”. Así pues, este colectivo volvía a estar bajo el punto de mira en relación con el asunto público de la adopción internacional, lo cual generó repercusión

<sup>61</sup> El vídeo se titula “Los extranjeros celebran el día de la adopción para la niña adoptada y le dicen que proviene de China —tan conmovedor”, en chino, 外国家人给收养女孩庆祝收养日, 并告诉她来自中国, 太暖心了. El vídeo tiene más de 1,9 millones de visitas. Los comentarios se centran en la reflexión y la apreciación por parte de la población china sobre la manera de conversar y la educación de los extranjeros hacia los niños. Dice: “Los estadounidenses creen que incluso los niños pequeños tienen sus propios derechos, no quieren que sus hijos cambien para estudiar y tener un alto estatus y un buen trabajo en la sociedad en el futuro, solo quieren que sus hijos sean felices, por lo que muchos niños tienen un buen desarrollo físico y mental, mientras que los niños chinos parecen haber nacido para estudiar, para cambiar su destino, o para cuidar a sus padres...”.

y bastante debate. Al público chino le despertó gran interés enfrentarse al problema histórico de aquel entonces, y se alegraba sinceramente de que aquellos niños pudieran vivir felices en la actualidad. Muchos internautas sugirieron que, además del desarrollo económico, deberían esforzarse por mejorar los valores y trabajar por la igualdad de género en la sociedad china. Tal como el comentarista resaltó:

El oro olímpico de MacNeil tocó la fibra sensible de muchos chinos, y no es necesario que nos sintamos incómodos con estos sentimientos. La sociedad china está hoy en un nivel diferente al que tenía en el pasado, pero así es como hemos llegado a lo largo de los años. Ella ha establecido una verdadera marca que no necesitamos borrar. Debemos dar nuestro apoyo a las críticas y debates sobre la preferencia al varón basándonos en la historia de esta deportista (Hu, 26-07-21, Weibo, traducción propia).

Hemos observado que, entre los países de acogida, EE. UU. cuenta con la mayor cobertura mediática en los medios de comunicación chinos<sup>62</sup>. Esto está relacionado con el hecho de que es el mayor país de recepción de adopciones internacionales chinas. Según Selman (2019), entre los años 1992-2017, EE. UU. acogió a 94.754 niños de origen chino, ocupando el primer lugar entre todos los países de recepción de la adopción internacional china, mientras que España se sitúa en el segundo lugar, con 16.153 adoptados de origen chino. Asimismo, la delicada relación diplomática entre China y EE. UU. también constituye un factor importante que condiciona más atención —tanto mediática

---

<sup>62</sup> “Familias estadounidenses para niños chinos”: 中国孩子的美国家庭 (05-07-2011, *Diario de la Juventud Pekín*).

“Niños chinos adoptados en Estados Unidos: las futuras estrellas de la difusión de la cultura china” 在美被领养华童: 传播中华文化的未来之星 (23-11-2015, *Diario del Pueblo* de edición extranjera).

“Familias estadounidenses adoptan 70.000 niños chinos en 16 años; China es la primera opción para la adopción internacional en Estados Unidos”.

美家庭 16 年收养 7 万中国儿童 中国是美跨国收养首选 (29-04-2015, *Agencia de Noticias Chinas*)

“Ver cómo los estadounidenses adoptan a los niños chinos”: 看美国人领养中国小孩 (28-06-04, *Diario del Pueblo* de edición extranjera)

“50.000 niños chinos adoptados por extranjeros, el 80% de las familias adoptivas son de Estados Unidos”: 5 万中国儿童被外国人领养 80% 领养家庭来自美国 (05-08-2005, *Diario del Pueblo* de edición extranjera).

como académica— por parte de China a la evolución de este fenómeno entre ambas partes, y también a la situación de integración familiar y social de los adoptados.

## 4.2 España como país de acogida

*El País*, uno de los diarios con mayor difusión en España y el medio digital español más visitado<sup>63</sup>, ha prestado una atención constante al tema de la adopción internacional (Figura 20), teniendo en cuenta que España ha sido el segundo país en cuanto al número de adopciones chinas en el extranjero después de Estados Unidos desde el año 1998 hasta el 2010, y el primero si consideramos las cifras de adopción y la cantidad de población.

Figura 20. Noticias sobre adopción internacional de *El País*



Fuente: Imagen extraída de noticias en *El País* con la palabra clave “Adopción Internacional”.

Se percibe que los temas relacionados con la adopción internacional siempre están en el punto de mira en la sección Sociedad de *El País*. A la hora de definir el problema, se promueve la idea de la “adopción internacional como último recurso” en cuanto a recomendación del medio: “Debe prevalecer siempre y sobre todo el interés superior del niño”, y al mismo tiempo indica que “dirimir qué es lo mejor para el menor no resulta fácil en muchos casos”<sup>64</sup>.

<sup>63</sup> *El País*, *El Mundo* y *20 minutos* entre los medios de información *online* más visitados, según *Digital New Reports*, 11-07-2019, Asociación de Medios de Información: <https://www.ami.info-el-pais-el-mundo-20-minutos-medios-online-visitados-digital-new-reports.html>.

<sup>64</sup> “Adopción internacional como último recurso”, 08-01-2013, *El País*.

A finales de los años 90, se percibe la asociación de las prácticas de adopción internacional como gestos caritativos y solidarios en los medios<sup>65</sup>; en ese periodo se experimenta en España el *boom* de la adopción internacional, el cual dio lugar a que llegaran 51.129 niños y niñas procedentes de otros países entre 1998 y 2004 (Paniagua Infantes, 2018). En el año 2004 y 2005, se produjeron 5.541 y 5.433 adopciones respectivamente. En el año 2005, salió la noticia “España, primer país de la UE y segundo del mundo en adopciones internacionales” (Figura 21).

La noticia informa sobre la cantidad de adopción internacional correspondiente al año anterior (28-04-2005, *El Mundo*), y también observamos que se utiliza la imagen de una señora española con su hija de origen chino como referencia visual a la temática. “El manejo del lenguaje triunfalista en la prensa acerca de distintos aspectos de las AI pudo haber contribuido a crear una imagen distorsionada del proceso, e inclusive, haber influido en lo que algunos autores llamaron el ‘efecto moda’”, y de ahí se condiciona incluso el “orgullo” regional, como en el caso de Cataluña, por haber liderado la lista de adopción entre las comunidades (Anzil, 2013b, p. 199).

Figura 21. Noticia española sobre el aumento de adopción internacional



Fuente: Imagen extraída de la noticia de 28-04-2005, *El Mundo*.

<sup>65</sup> Esta asociación de la adopción con el altruismo desde el punto de vista de los padres adoptantes es “nada más lejos de la realidad” y “las personas que adoptamos no lo hacemos para hacer obras de caridad, sino para ser padres”, según el foro de comentario de la noticia “España, tercer país del mundo que más adopta” (22-01-2015, *El Mundo*: <https://www.elmundo.es/blogs-elmundo-mas-datos-2015-01-22-espana-tercer-pais-del-mundo-que-mas.html>).

Dada la proporción y la importancia del papel de China en el panorama de las adopciones internacionales en España, se suele encontrar la mención y presentación de China en las noticias relacionadas con el tema. Durante el periodo de incremento considerable de la adopción internacional en España se hablaba sobre las ventajas de realizar la adopción en China. Después de 2006, se empezó a discutir sobre los motivos del fenómeno (Figura 22), ya que durante ese periodo era habitual ver reportajes sobre restricciones a las adopciones internacionales en los países de origen, y también se mencionaba la “crisis económica”<sup>66</sup> como una de las causantes. Se detecta una aparición frecuente de China en este contexto, y correlacionan las restricciones del país con el mayor factor del descenso.

Figura 22. Noticia española sobre la disminución de la adopción internacional



Fuente: Imagen extraída de la noticia 19-07-2007, *El Mundo*.

Con la realidad de la caída considerable de la adopción internacional y el debate creciente entre los profesionales sobre el tema de la protección de la infancia, “la percepción de las adopciones internacionales está empezando a cambiar en algunos países europeos”, los medios empiezan a adoptar una visión más crítica sobre esta cuestión social y promueven la idea de que dicha preocupación proviene de “una mayor concienciación de lo que implica convertirse en padres de un niño que viene de una realidad y una cultura muy diferentes”<sup>67</sup>.

<sup>66</sup> Expresión aparecida en noticia publicada “Caen en picado las adopciones en Catalunya”, 03-04-2015, *La Vanguardia*.

<sup>67</sup> “Las adopciones internacionales, en el punto de mira”, 09-12-2016, *La Vanguardia*.

Los medios de comunicación son el escenario necesario para relacionar la producción de la información y su difusión con el contexto en el que se enraízan. Los discursos mediáticos muestran en cierto modo la agenda política, es decir, las actitudes y orientaciones de las autoridades frente al tema de la adopción. La representación mediática del tema está unida a la evolución del propio acontecimiento tanto en España como en el panorama mundial, y puede moldear la opinión pública al respecto.

En estos años, junto con la “bajada drástica”<sup>68</sup> de la adopción internacional en España y la tendencia a la disminución a escala mundial, y la adhesión de más países al Convenio de la Haya como contexto, hemos visto en los medios de comunicación un cambio en la estrategia discursiva con respecto al tema de la adopción. Se nota el paso claro de la promoción de la adopción internacional al fomento de la adopción nacional. Dicha transformación del lenguaje podría estar relacionada con la búsqueda de alternativas por parte del Estado para cubrir las necesidades de adopción de los ciudadanos. En el 2017, se leía “la adopción nacional ha comenzado a crecer”, enfatizando que “las familias interesadas en la adopción nacional casi se han duplicado en un año”<sup>69</sup>, frente a que “las adopciones de niños extranjeros se desploman en España en apenas una década” (30-01-2019, *El País*).

---

<sup>68</sup> “Las adopciones internacionales van en caída libre desde 2004”, 09-09-2013, *El País*.

<sup>69</sup> “La adopción nacional se reactiva en España mientras la internacional continúa en caída”, 17-02-2017, *20 minutos*.

## 5. La Adopción Internacional China-España como acontecimiento mediático

### 5.1 La emisión del documental *Las habitaciones de la muerte* como inicio

El 1 de octubre de 1995, en el programa *30 Minuts* de la Televisión de Cataluña (en adelante, TV3), se emitió el reportaje *Les Sales de la Mort*, conocido como *Las habitaciones de la muerte*. Pocos días más tarde lo difundieron otras dos cadenas estatales, TV2 y TV1. Después de la emisión, el contenido sobre las condiciones de los huérfanos chinos y la situación de los niños causaron mucha repercusión. Las imágenes de las “niñas atadas” y las escenas emocionales que aparecían en el documental calaron profundamente en el corazón de la ciudadanía española. En consecuencia, se produjo una amplia discusión sobre las condiciones de vida y el trato negligente que tenían que soportar los menores en los orfanatos chinos, según lo que se mostraba en los materiales audiovisuales.

“Las afirmaciones categóricas sobre la naturaleza salvaje de la cultura china y sus prácticas reprochables contra los menores no fueron ni siquiera cuestionadas; sino que, en cambio, se aceptaron como una realidad inapelable” (Vich Bertran, 2012, p. 405)<sup>70</sup>. Con el impulso mediático cargado de contenidos que incentivaban la empatía y la solidaridad, se generó en la sociedad española de finales de los 90 el interés por adoptar a niños de origen chino, y de ese modo se impulsó un considerable aumento de la adopción internacional en general y los nuevos modelos de familias, efecto del fenómeno adoptivo.

La emisión del documental *Las habitaciones de la muerte* y los reportajes sucesivos, de alta cobertura mediática, dieron lugar a que el Programa de Adopción Internacional de China, los adoptados que provenían de este país lejano y las familias por vía de esa ruta se convirtieran en punto de mira de la sociedad española y los medios de comunicación. Además de los casos de adopción por parte de personas famosas y las conversaciones por la calle, los medios de comunicación, sin duda, contribuyeron a la creciente aceptación de la adopción internacional en España, y, en el caso que nos ocupa, al programa de adopción entre China y España. Los reportajes y las noticias en los que aparecieron

---

<sup>70</sup> Autora del trabajo (2012): *Del itinerario adoptivo entre China y España y de su contexto - patrones tradicionales y tendencias contemporáneas de cuidado institucionalizado y circulación de menores en china*. Trabajo minucioso de investigación del contexto de la adopción China-España (en que se mencionan los efectos de los medios de comunicación) y la evolución histórica del fenómeno del abandono a los niños en China. Ha sido una tesis significativa para la investigadora al inicio del presente estudio.

los procedimientos y trámites para hacer la adopción, que enfatizaban la “transparencia” y la “rapidez”, así como los discursos tanto de las Entidades Colaboradoras de Adopción Internacional como de los adoptantes, favorecieron su difusión y valoración entre los españoles.

Las percepciones estereotipadas sobre las circunstancias que vivían los menores en los orfanatos y la presupuesta negligencia por parte de las instituciones chinas con ellos, junto con las imágenes negativas sobre la comunidad de los inmigrantes chinos que se mostraban en los discursos mediáticos, impulsaron la configuración del tono “salvacionista” sobre la acción de adoptar a un niño de origen chino (Vich Bertrán, 2012).

Según Vich Bertrán (2012), estos acontecimientos altamente mediáticos movilizaron la visibilidad del programa adoptivo. Además, se favoreció a “una serie de imaginarios estereotipos en cuanto al escenario en el que se desarrolla el contexto preadoptivo de los-las menores”, los cuales venían formando parte de los conocimientos de los españoles respecto a las “realidades” de la sociedad china y de los menores “abandonados”. Entre algunos de los estereotipos se encuentran los siguientes:

- En China la gente no quiere a las niñas debido a preferencias tradicionales por los varones.
- Debido a la política de hijo único, millones y millones de niñas son abandonadas a su suerte.
- Una vez llegan a las instituciones, estas niñas no tienen ninguna opción de sobrevivir, puesto que los orfanatos son lugares terribles.
- La adopción internacional proporciona la única vía para que estas menores consigan una familia y un futuro, ya que en China nadie quiere adoptar a menores que no sean “sangre de su sangre”, y mucho menos, si son niñas (Vich Bertrán, 2012, pp. 400-401).

## 5.2 La atención mediática a la Generación Mei-Ming (Generación sin nombre)

El programa adoptivo internacional constituye un proceso en constante cambio y evolución; la llegada del adoptado al país de acogida no supone la terminación de la adopción. De la misma manera que en la adopción nacional el seguimiento posadoptivo

desempeña un papel importante para asegurar que los adoptados puedan adaptarse al nuevo entorno familiar y social, y también que puedan superar las dificultades que acompañan a la transición vital.

Además de los informes que exigen los estados de origen en función de seguir la evolución del niño y la situación de su integración, una parte de la responsabilidad también recae sobre los servicios de apoyo y la administración de los sectores de la protección a la infancia, como, por ejemplo, medidas de apoyo psicológico y médico al niño y a su familia adoptante cuando surgen dificultades y crisis; medidas para asistir a los niños adoptados a preservar los vínculos culturales con su país de origen; medidas para facilitar el acceso a las personas adoptadas para que obtengan información sobre su país de origen o que busquen a miembros de su familia biológica<sup>71</sup>. Al mismo tiempo, no se debe olvidar la importancia del papel de los medios de comunicación en la transmisión de las realidades para contribuir a una visión social a la cultura de adopción más realista y con perspectivas diversas.

Figura 23. Carta abierta a las adoptadas de origen chino

### ***“No sois extrañas en todas partes”***

La bloguera, que se define como china-andaluza, escribe una carta abierta a las adolescentes chinas adoptadas en España



QUAN ZHOU WU

Fuente: Imágenes extraídas de *El País* (21-05-2014)<sup>72</sup>.

---

<sup>71</sup> Para más información: Conferencia de la Haya sobre Derecho Internacional Privado, Proyecto de Guía de Buenas Prácticas en virtud del Convenio de La Haya de 1993 relativo a la Protección del Niño y a la Cooperación en materia de Adopción Internacional.

<sup>72</sup> Artículo de opinión: “No sois extrañas en todas partes” [https://elpais.com-elpais-2014-05-21-planeta-futuro-1400666414\\_441354.html](https://elpais.com-elpais-2014-05-21-planeta-futuro-1400666414_441354.html) - ?rel=mas. Página original del artículo escrito por la bloguera Quan Zhou Wu con el título: “Carta abierta a las adolescentes chinas adoptadas en España”. <https://gaspachoagridulce.tumblr.com-post-86391033205-carta-abierta-a-las-adolescentes-chinas-adoptadas>.

A medida que las primeras adoptadas de origen chino crecían, la sociedad española volcaba su atención hacia cómo estaban estas jóvenes y cómo se sentían con la llegada de su adolescencia, una etapa llena de dudas sobre sí mismas. Emociones como estas también las compartía la comunidad china de España, quienes, al igual que las adoptadas de origen chino, también se enfrentaban a casos de racismo y acoso verbal en el entorno social. En *El País* encontramos un artículo de opinión titulado “No sois extrañas en todas partes”, que fue originalmente una carta escrita y compartida por la bloguera Quan Zhou Wu. Como miembro de la segunda generación de inmigrantes chinos nacida en España, ella se siente española y comparte su vida y la relación que tiene con sus padres chinos en sus novelas gráficas.

En esta misma carta para las chicas adoptadas ya adolescentes, la bloguera comparte su propia experiencia respecto a las actitudes racistas de ciertas personas por sus rasgos chinos y habla de la identidad española con la que ella realmente se identifica. Muestra su apoyo y ánimo por las adoptadas y quienes puedan vivir casos similares. Al mismo tiempo, también expresa la idea de que las particularidades derivadas del estado de adoptado y el origen étnico pueden constituir un punto positivo que enriquecerá la experiencia personal y tendrá un eco en el proceso de construcción de la identidad de estas chicas.

Pero no os dejéis engañar, no sois extrañas en todas partes, en unos cuantos años os daréis cuenta de la riqueza cultural y personal que tendréis por vuestras circunstancias. No dejéis que os quiten el tesoro que viene con vosotras desde que llegasteis al mundo, no reneguéis de él. Yo aprendí que no era una rara en China y España, que no me defino por una nacionalidad en especial, ni por lo que digan de mí, soy un ser individual, el resultado de una mezcla de todo: Quan Zhou, la china andaluza. Lo mismo va por vosotras.

El 12 de enero de 2015 se estrenó el documental *Generación Mei-Ming: miradas desde la adolescencia*, dirigido por el salmantino David Gómez Rollán, que tiene una

hermana adoptada de origen chino. La generación Mei-Ming<sup>73</sup>, o la generación sin nombre, se refiere a los adoptados de origen chino que llegaron a España a través del programa adoptivo entre China y España. El documental cuenta las historias de seis chicas chinas-españolas con edades comprendidas entre los 12 y los 17 años. En el documental se abordan las relaciones de las chicas con sus familias de adopción y con el entorno en el que viven, y se muestra a corazón abierto los sentimientos de los protagonistas, como fragmentos de vida después de la adopción. Tras la presentación de este documental empezaron a surgir en los medios de comunicación españoles artículos que abordaban el tema de la *crisis* de identidad y los desafíos que se presentaban para estas chicas con la llegada de la etapa de la adolescencia.

En realidad, este no es el único caso en que se comparte y se representa en España la vida de estas niñas en la pantalla grande. En el año 2023 se estrenó en el cine español la película *Chinas*, una obra que cuenta la historia de tres chicas de origen chino que viven en España, dos son hijas de inmigrantes chinos y una chica ha sido adoptada por una familia española. Lucía es la hermana menor de Claudia, cuyos padres son propietarios de un bazar. Y otra chica, Xiang, de 9 años, es la adoptada y compañera de colegio de Lucía. En la película, Lucía, después de ver la vida de Xiang como una niña mimada por sus padres adoptivos, empieza a cuestionarse la relación que tiene con su madre y su experiencia de sentirse poco comprendida por su madre.

En cuanto a la representación del tema de la adopción, la directora se fija en el contacto entre la familia adoptiva y la familia biológica de Xiang, destacando el apoyo de sus padres en cuanto a mantener su raíz cultural china a través del aprendizaje del idioma chino y el amor que siempre le muestran sus padres adoptivos. La película también aborda muchos problemas que las chicas enfrentan en el entorno escolar. Desde la perspectiva de las tres protagonistas y otros personajes de origen chino, se retrata la discriminación y la integración social de la comunidad china en España.

Esta obra, dirigida por la directora Arantxa Echevarría, ha recibido mucha atención y una alta expectativa por parte de la comunidad china en España. Durante su fase de preparación y el proceso de selección del reparto, ya obtuvo mucha repercusión en las

---

<sup>73</sup> Mei Ming en chino significa “sin nombre”; esta palabra fue sacada desde el documental *Las habitaciones de la muerte*, en el que los reporteros ingleses grabaron mediante cámara oculta la muerte de una niña muy enferma, y cuando preguntaron a la trabajadora del orfanato su nombre, les contestó: “Mei Ming”.

redes sociales chinas. La película se ha ganado el corazón del público español poco después de su estreno, y en cuanto a su recepción en la comunidad china de España, encontramos actitudes variadas. Por ejemplo, hay un encendido debate entre los internautas chinos sobre el contenido de la película y la forma en que se representa el perfil y la *cultura* de la comunidad china.

Figura 24. Escena de la película *Chinas*



Pablo Molinero, Ella Qiu y Leonor Watling. / DANIEL MAYRIT

Nota: Escena que muestra el momento de la primera llamada de la familia adoptiva con la madre biológica. Imagen extraída desde la página web de RTVE<sup>74</sup>.

Encontramos discursos de cibernacionalismo en los comentarios de los usuarios sobre este tema. Al contrario que los inmigrantes chinos, los estudiantes que salieron de China para estudiar en España y las personas que han vivido los cambios que ha experimentado China se sienten ofendidos. Sostienen que hay ciertas representaciones generalizadas y exageradas con respecto a cómo se muestran los hábitos alimenticios y el estilo de vida de los inmigrantes chinos, junto con un nivel de lenguaje insatisfactorio. De esta forma se ajustan y refuerzan los estereotipos que ya tenía el público español sobre el perfil de un chino “tipo”, al ignorar la diversidad interna del colectivo. Además, en cuanto a los detalles de cómo educan y tratan a sus hijos los padres españoles y los padres chinos en la historia de la Xiang y Lucía, creen que no se trata realmente de una diferencia entre padres chinos y españoles, sino más bien de una diferencia debida al nivel económico de la familia y al nivel educativo de los padres.

---

<sup>74</sup> “Así es *Chinas*, la nueva película de Arantxa Echevarría”: <https://www.rtve.es-noticias-20230829-trailer-chinas-arantxa-echevarria-2454694.shtml>.

Sin embargo, notamos que los inmigrantes de primera y segunda generación que pueden haber tenido experiencias similares se sienten identificados con los personajes de la película, y las escenas montadas encajan con sus propios recuerdos. En realidad, con la película no se pretende representar el orgullo nacional del pueblo chino y el rápido desarrollo de China en el ámbito internacional, la consiguiente mejora del estilo de vida y la espiritualidad del pueblo. Lo que la película pone en la mira son temas como la identidad de la segunda generación de los inmigrantes chinos, la comunicación intergeneracional entre los hijos y sus padres, la discriminación que sufren los inmigrantes de origen chino y la adolescencia de los jóvenes que comparten las mismas circunstancias que Claudia. Así queda expresado en un comentario en la plataforma de red social comúnmente utilizada por los usuarios chinos Xiao Hongshu (小红书).

La película se centra en familias de inmigrantes chinos en España, y no en representar a China ni a la comunidad china en su conjunto. No es necesario elevarla al nivel de insulto hacia el país. Pero como segunda generación de los inmigrantes de Qingtian, lloré desde el principio hasta el final de la película porque esta es mi historia. Crecí como una niña abandonada criada por mis abuelos, ni siquiera conocía a mi madre cuando la vi y le llamé tía. A la edad de nueve años fui obligada a adaptarme a un entorno, lenguaje y cultura nuevos. A lo largo de la adolescencia, no disponía de tiempo para jugar porque tenía que ayudar en la tienda... La realidad es cruel, y muchos de los chinos de Usera tienen que enfrentarse diariamente con la discriminación y la violencia, cuando ellos solo quieren una vida mejor. Esta película pretende que los españoles conozcan la vida de los chinos desde el pasado hasta la actualidad, para que los inmigrantes chinos y la población española puedan tener una relación y comprensión mejor, así como un respeto mutuo” (traducción propia)<sup>75</sup>.

---

<sup>75</sup> Texto original en chino: “这部电影聚焦的是西班牙华人移民家庭，不代表中国也不代表整个华人群体。把它上升到辱华大可不必。但是作为青田移民二代，我从头哭到尾，因为这就是我的故事。从小作为留守儿童被外公外婆带大，见到妈妈的时候甚至不认识她所以教阿姨。九岁时被接触过，被迫适应一切新的环境新的语言新的文化。一整个青春期都没有课余娱乐时间因为要在店里帮忙...现实就是很残酷，Usera的许多华人华侨每天都要面对歧视面对暴力，而她们只是想要博得一个更好的生活。这部电影时为了让西班牙人了解过去到如今的华人的生活，使得移民群体和本地人的关系能够更融洽，互相理解，互相尊重。”

## **Parte III**

### **Capítulo I. Representación noticiosa de la Adopción Internacional China-España en medios españoles**



## 0. Introducción

En el presente capítulo, nos adentramos en la cobertura de *ABC* y *El País* durante 1997-2020 y su tratamiento informativo sobre las realidades alrededor de la adopción internacional entre China y España. La importancia de su análisis radica por un lado en el lugar significativo que ocupa China en el desarrollo de la adopción internacional en España, por el otro, en el papel de los medios de comunicación en moldear la imagen social de la adopción. Concretamente, se refiere a su poder de contribuir al imaginario colectivo de los participantes de la adopción internacional entre China y España y al conocimiento sobre la diversidad del modelo familiar en la sociedad contemporánea.

El análisis cuantitativo a largo plazo (1997-2020) sobre los discursos noticiosos en los medios españoles nos ayuda a comprender: (1) la evolución de las noticias publicadas a lo largo del periodo de investigación (2) Cuáles son los temas que han recibido atención en los medios de comunicación del país de acogida (España) a la hora de construir la adopción internacional entre China y España y su evolución en diferentes etapas (3) Cómo se construyen y encuadran estos temas en el contexto específico a través de los titulares. (4) Cuáles son los principales actores en la representación noticiosa de los medios españoles hacia el *issue* y quienes pueden dar a conocer sus propias voces en el *framing*.

Asimismo, la perspectiva cualitativa dentro del método mixto nos otorga la posibilidad de interpretar los significados sutiles de las noticias con base en los hallazgos que descubrimos durante la lectura de las noticias: dando lugar a comprender (5) cuáles son las imágenes mediáticas condicionadas de los principales participantes de la adopción internacional (6) las características del *framing* noticioso destacadas que se concluyen a raíz del análisis realizado anteriormente de los contenidos noticiosos concernientes.

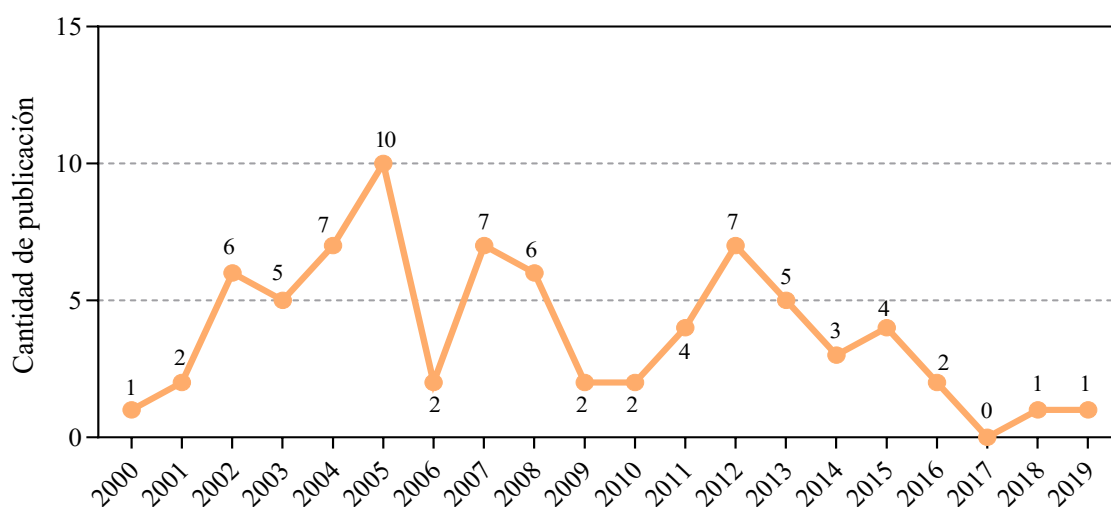
La representación mediática está en consonancia con el proceso de adopción internacional entre China y España y se constituye en paralelo con el panorama de la adopción internacional en España de forma global. Antes de todo, queremos señalar aquí algunos aspectos del contexto histórico que sirven como base de “realidades” sobre las cuales se despliega el análisis de tratamiento informativo de *ABC* y *El País* en los siguientes apartados. Se puede consultar más detalles en el capítulo de contextualización.

## 1. Evolución y distribución de noticias

### 1.1 Evolución y distribución de noticias de ABC

Durante el 1997-2020, ha habido 77 noticias publicadas en ABC en las que la adopción internacional en China jugaba el papel protagonista (Figura 25)<sup>76</sup>. La primera noticia que se publicó en ABC se encuentra el día 5 de noviembre de 2000, titulada “Las adopciones de niños chinos se han triplicado en la Comunidad Valencia” en referencia al aumento considerable de las solitudes de adopción a niños de origen chino en la Comunidad Valenciana, influido por las imágenes de los orfanatos chinos y la tramitación eficaz del país. La tardanza de su protagonismo se debe a que Rusia, India y Columbia ocupan los primeros lugares como países de procedencia en los años anteriores, entendidos como países preferentes para la población española a la hora de decantarse por la adopción internacional.

Figura 25. Evolución de las noticias sobre la Adopción Internacional China-España en ABC (1997-2020)



Fuente: Elaboración propia.

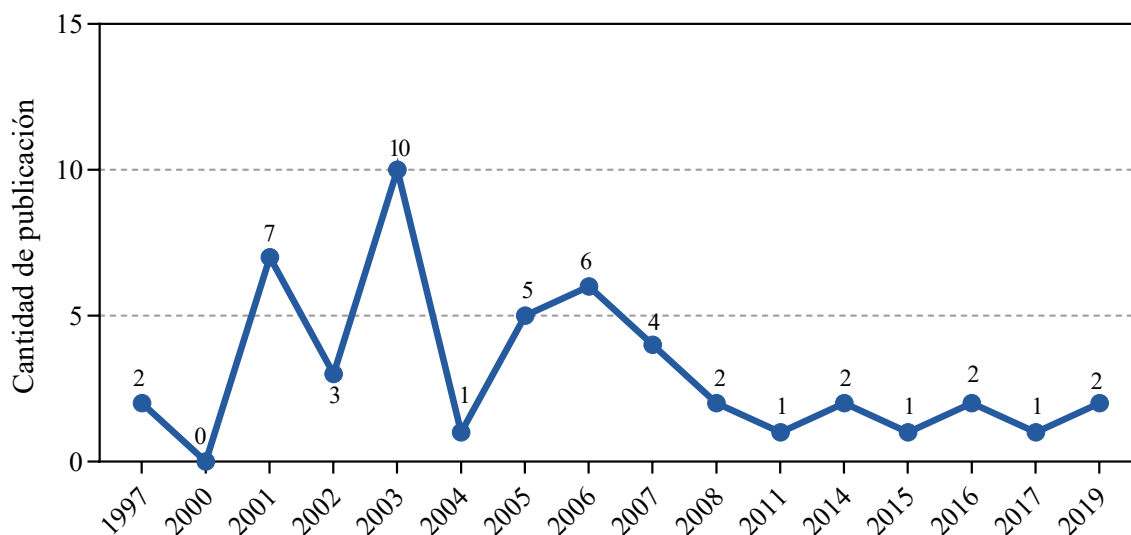
<sup>76</sup> En la noticia publicada en el 6-11-1997 de ABC titulada “Las familias españolas se vuelcan en la adopción de niños extranjeros” ya encontramos la presencia de China como país de origen de adopción a niños extranjeros para los españoles, junto con Perú, Colombia e India. Según dicha noticia, en aquel entonces resulta cada vez más difícil para adoptar a un niño español y España ha experimentado un auge en las adopciones internacionales durante 1994-1996.

Tal como se muestra en la figura, la cobertura de *ABC* hacia la adopción en China se incrementa después del 2000 y llega a su auge en el año 2005. En los años 2007 y 2008 se constata otra subida de publicaciones de noticias y a partir del 2008. Se corrobora la disminución irreversible de representación hacia la adopción internacional en China en dicho medio de comunicación hasta que en el año 2019 solo hemos localizado un artículo relacionado a aparte de una subida en el año 2012.

### 1.2 Evolución y distribución de noticias de *El País*

Desde que España arrancó oficialmente la adopción internacional en el año 1997 hasta el año 2020, hemos localizado 49 noticias publicadas en *El País* en las que la adopción entre China y España y sus principales participantes tienen el papel protagonista (Figura 26). La primera noticia que apareció en dicho medio se introdujo el día 27 de julio de 1997, con el titular “Los niños vienen de Pekín-se dispara el número de adopciones de chinos en España”.

Figura 26. Evolución de las noticias sobre la Adopción Internacional China- España en *El País* (1997-2020)



Fuente: Elaboración propia.

En términos generales, *El País* no ha dado la misma cobertura noticiosa que *ABC* durante el periodo longitudinal, puesto que este último ha publicado 77 noticias al respecto. En el año 2001<sup>77</sup>, 2003<sup>78</sup>, y el 2006<sup>79</sup> notamos mayor representación de *El País* sobre el *issue*, y estas prácticas corresponden al aumento y a los cambios claves de legislación dentro de la propia evolución de la adopción internacional entre los dos países.

Se observa la bajada de la atención por parte del medio después del 2006, en concordancia con la “caída drástica” del número de adopciones realizadas en China por parte de las familias españolas. Dicho descenso tiene que ver con los nuevos requisitos aprobados por parte del Gobierno chino que entraron en vigor a partir de mayo de 2007.

Los medios de comunicación españoles van a la zaga a la hora de presentar el impacto real en el panorama de adopción que han dejado los cambios de las políticas y restricciones del país de origen. Por ejemplo, la noticia de 2008 de *El País* “China y Rusia echan el freno a las adopciones- el número de acogidas por españoles cae un 40% en dos años” se basaba en realidad en la influencia sobre las familias adoptivas españolas por el ajuste de la política de China en 2007. Asimismo, la presentación de la dinámica de evolución de la adopción también se basa en la estadística global de los datos de adopción del año anterior. Por ejemplo, el informe publicado en el 19 de julio de 2006 de *El País*<sup>80</sup> se habla sobre la situación de adopción en el 2005, año en que apareció la cifra más alta de las registradas en China desde que los españoles adentraron en la adopción internacional.

---

<sup>77</sup> La Comunidad cree que China limitará el número de adopciones, 12-11-2001a, *El País*.

<sup>78</sup> El 40% de los niños adoptados en el extranjero en 2002 son chinos, 12-09-2003, *El País*.

<sup>79</sup> Las adopciones internacionales se estabilizan-las solicitudes descendieron un 5,3% en 2005 y llegó a Euskadi casi el mismo número de niños, 06-08-2006b, *El País*.

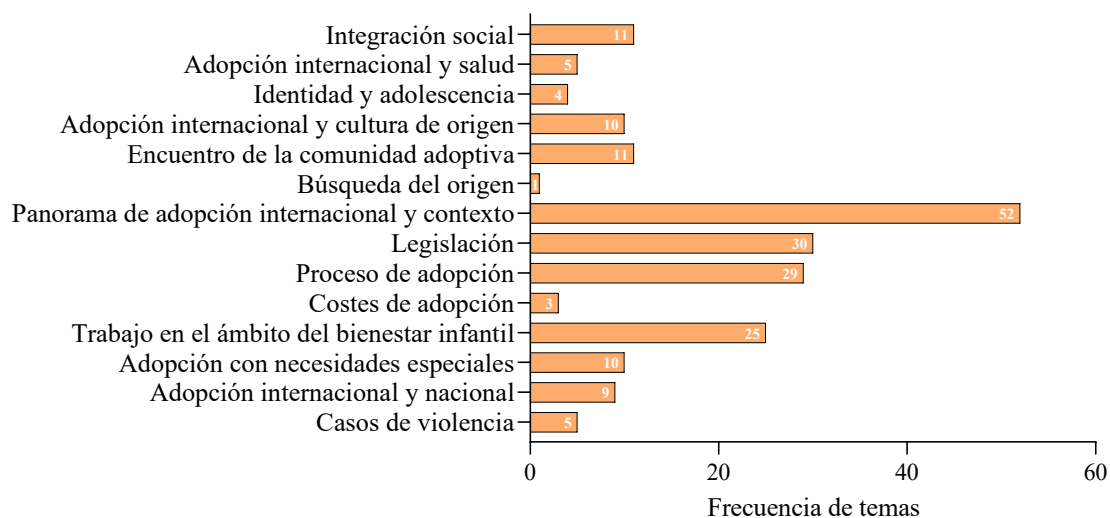
<sup>80</sup> Más de la mitad de los niños adoptados proceden de China, los españoles prohijaron 5.423 menores extranjeros en 2005, 19-07-2006, *El País*.

## 2. Temas, relevancia y evolución histórica

### 2.1 Distribución y relevancia de temas en *ABC*

Entre los 14 temas analizados, el panorama de adopción, la legislación y el proceso de adopción se encuentra en los principales enfoques de *ABC* a la hora de configurar las realidades sobre la adopción en China (Figura 27). El tema del panorama de adopción, cuyo contenido se vincula con la evolución de la adopción internacional China-España y el contexto de las consecuencias de ambos países ocupa la mayor presencia en cuanto a la cobertura temática de *ABC* sobre el *issue*, con un 25% del total. En contraste, se destaca la ausencia del tema en torno a la búsqueda de las familias biológicas de los adoptados, lo cual ha sido representado en los medios chinos.

Figura 27. Distribución de temas en *ABC* 1997-2020



Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar en el gráfico, *ABC* presta atención durante el periodo de investigación a los temas que conciernen al bienestar en general de los adoptados en la posadopción, entre otros, se ha detectado la cobertura hacia la adolescencia de los adoptados, los problemas que han experimentado como los casos de racismo en el entorno social, la situación de su integración en el medio social, escolar y familiar. También se menciona el apoyo hacia la conexión de los adoptados con la cultura del origen, discursos

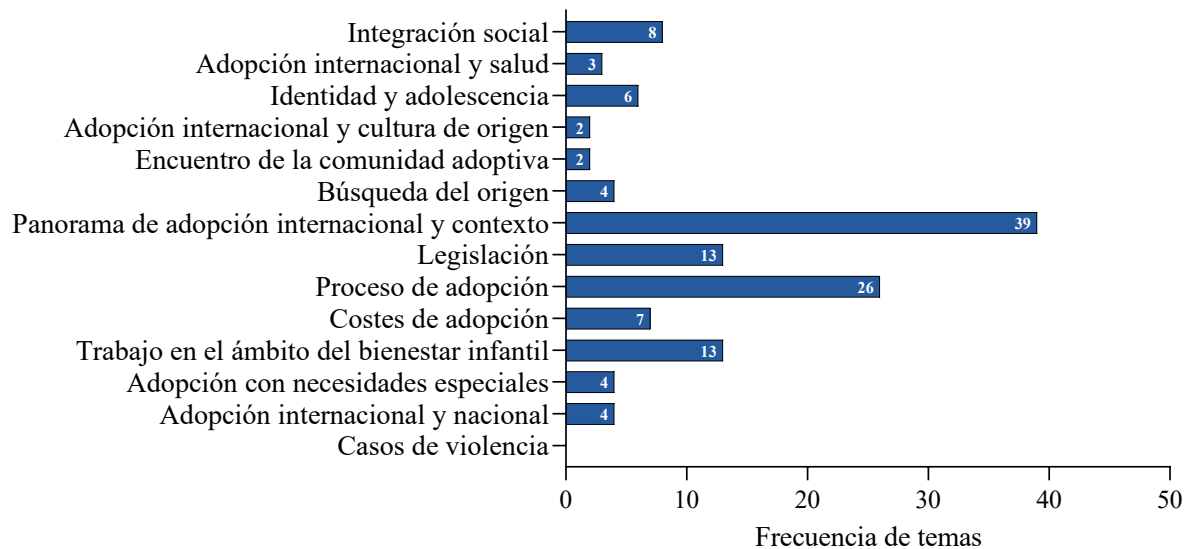
otorgados principalmente por sus padres, los representantes de Organismos Acreditados para la Adopción Internacional (OAAI) españoles y las autoridades chinas en ocasiones oficiales como el encuentro de las familias adoptivas.

Asimismo, contenidos sobre el trabajo de OAAIs (antes eran Entidades Colaboradores de Adopción Internacional), fundaciones, cooperaciones oficiales de programas que se esfuerzan para agilizar la Adopción Internacional China-España y la protección a la infancia ocupan un peso considerable entre todos los temas con un 11% del total. Dichos mensajes, además de ser una fuente de información importante para los adoptantes y los que se interesan en el tema de adopción, han contribuido a la imagen mediática de los organismos y las asociaciones competentes.

## 2.2 Distribución y relevancia de temas en *El País*

En las noticias recopiladas en *El País*, los temas como el panorama y contexto, legislación, el proceso de adopción, y el trabajo en el ámbito del bienestar infantil son registrados con mayor peso y frecuencia en la agenda del medio. Estos temas que otorgan datos específicos, contextos históricos y explicaciones sobre los requisitos y proceso de adopción aparecen con más frecuencia en la representación sobre la adopción en china por parte de las familias españolas.

Figura 28. Distribución de temas en *El País* 1997-2020



Fuente: Elaboración propia.

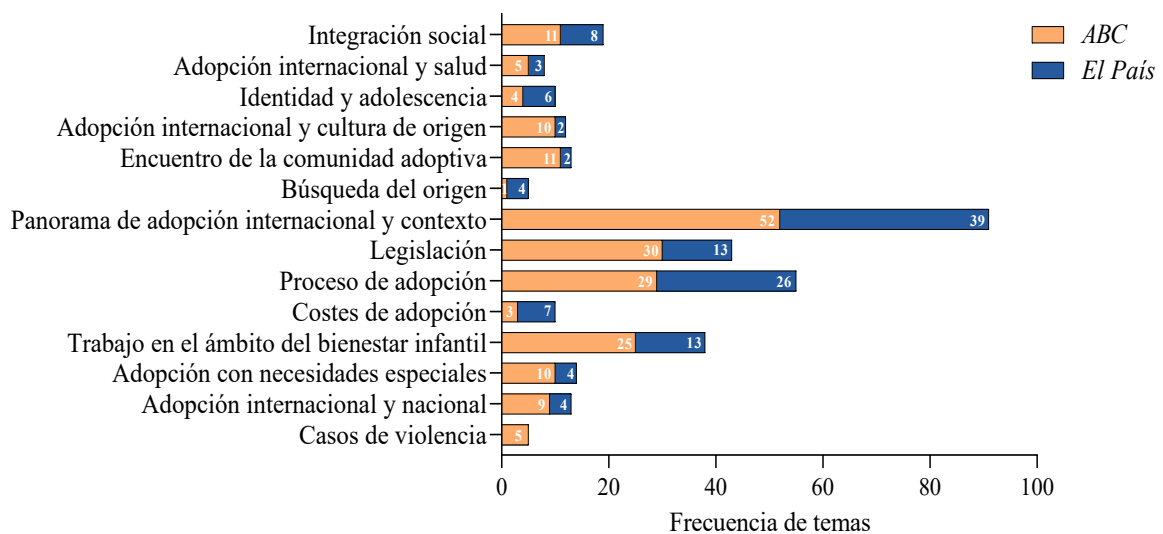
Los temas, como la unión de la comunidad adoptiva, la conexión entre los adoptados con la cultura china y las adopciones con necesidades especiales, son poco mencionados en *El País*. Además, no se registra ninguna cobertura de los casos de violencia según nuestra recopilación de noticias. Es decir, no hemos encontrado la conexión entre estos casos negativos o *tristes* con el estado de adopción y el país de procedencia de los adoptados.

## 2.3 Distribución de temas en medios españoles

### Énfasis hacia la información de contextualización en la construcción noticiosa

Tanto en *ABC* y *El País* observamos la relevancia de la cobertura hacia el panorama de adopción internacional y su contexto en la producción de noticias, que abarca la interpretación hacia el aumento, bajada y suspensión de la adopción, así como los contextos socioeconómicos en los que tiene lugar este hecho social y su evolución (Figura 29). Asimismo, las explicaciones sobre el marco legislativo, los requisitos hacia las familias adoptivas e historias compartidas sobre el proceso de adopción también tienen mucha cabida. Estos contenidos funcionan como una fuente para los lectores que conozcan la evolución de la adopción entre los dos países, también son recursos útiles para los que están interesados en realizar adopción en este país.

Figura 29. Distribución y relevancia de temas en *ABC* y *El País* (1997-2020)



Fuente: Elaboración propia.

Como por ejemplo en la noticia “El 40% de los niños adoptados en el extranjero en 2002 son chinos”, codificamos el siguiente contenido como panorama de la adopción internacional y contexto:

Por países destaca China, convertida en el principal destino de las personas deseadas de adoptar un pequeño, sobre todo si se trata de una niña, ya que la política del hijo único favorece el abandono de pequeñas. El año pasado se realizaron en ese país 1.427 prolijamientos, el 39,4% del total. En 2001 se habían concretado 941 (el 27,5%). (12-09-2003, *El País*).

En la noticia “China y Rusia echan el freno a las adopciones”, se codifica el siguiente contenido en la categoría de “legislación”.

Entre las nuevas condiciones que impone la República Popular China, ha sido muy relevante el requisito de que la familia adoptante sea una pareja, según Valcarce. Además, los interesados tienen que acreditar un nivel de renta determinado y que ambos miembros hayan superado, como mínimo, el bachillerato o la formación profesional superior. (23-07-2008, *El País*).

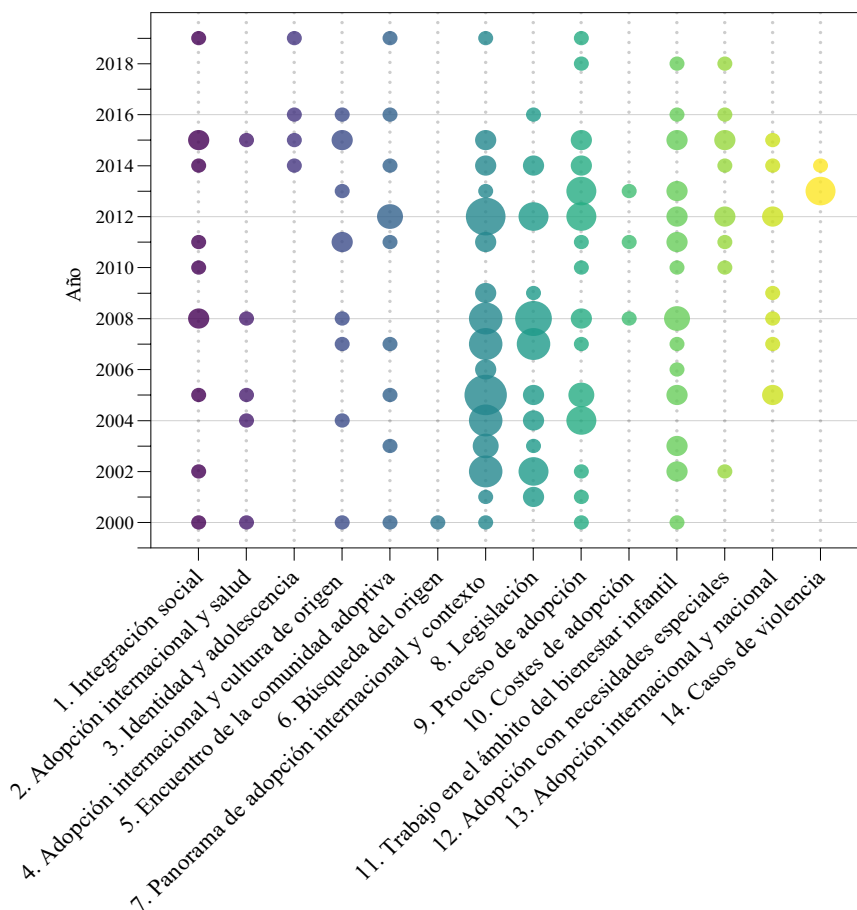
#### Atención diferente hacia la comunidad adoptiva y los adoptados

Tanto *EL País* y *ABC* han prestado atención hacia la adaptación social de los adoptados en general. A pesar de que ambos medios se han enfocado en la adolescencia y en la identidad de los adoptados, se constata la diferencia de su atención con respecto a la unión de la comunidad adoptiva, la conexión de los adoptados con la cultura china, así como sus opiniones frente a la búsqueda de origen. Concretamente, en *ABC* no se encuentra mención hacia cómo piensan o los interrogantes de los adoptados hacia sus familias biológicas y cómo opinan sus padres adoptivos al respecto. En cambio, en *El País* hemos detectado su aparición, lo cual ampliaremos con más detalle en los apartados de actores en los medios españoles. Asimismo, en *El País* se registra poca cobertura hacia el tema de la unión de la comunidad adoptiva y la conexión de los adoptados con la cultura china; dicho contenido cuenta con más relevancia en *ABC*.

## 2.4 Evolución histórica de los temas en ABC

La representación noticiosa se produce a raíz de las realidades sociales. Notamos que no todos los temas se reparten y aparecen por igual a lo largo del periodo investigado. Hay temas rutinarios que se distribuyen uniformemente durante el tiempo y también hay otros que aparecen en etapas distintas y de forma suelta. En términos generales, el surgimiento de temas en determinados tiempos tiene que ver con el cambio de contexto concerniente a la adopción internacional y del ciclo vital de los adoptados (Figura 30).

Figura 30. Cambio y evolución de temas durante 1997-2020 en ABC



Fuente: Elaboración propia.<sup>81</sup>

<sup>81</sup> Este gráfico refleja el cambio y la evolución cronológica de los 14 temas representados en las noticias sobre la adopción internacional China-España durante los años del estudio. Las posiciones de burbujas se refieren a cuándo apareció cada tema, y el tamaño de las burbujas vincula a la frecuencia con que apareció el tema en el año correspondiente; cuanto más grande es la burbuja, con más frecuencia apareció. A la inversa, cuanto más pequeña es la burbuja, menor es el número de aparición del tema.

- Panorama, legislación, proceso de adopción y trabajo para el bienestar infantil

Los temas como el “panorama de adopción internacional”, “legislación”, “procedimiento de adopción”, se distribuyen uniformemente a lo largo del periodo de estudio (Figura 30). Estos temas son considerados como los habituales en la cobertura de *ABC* en la representación noticiosa de la adopción internacional China-España. Suelen otorgar información sobre el contexto histórico y de la situación presente de la adopción, dando índices directos como datos estadísticos de aumento y descenso, así como atribución de sus causas y posibles consecuencias para el público interesado. Asimismo, el tema de “trabajo del bienestar infantil” que abarca los detalles de la realización del trabajo de los Organismos Acreditados para la Adopción Internacional también se sitúa en esta lista por su papel significativo en el proceso de adopción.

El contenido específico y el enfoque del “panorama” “legislación” y “proceso de adopción” cambiaron en función de la fase de desarrollo de la adopción internacional en cada momento. En la etapa del *boom* de adopción que experimenta España durante 1997-2005, se centra en la descripción de la eficacia y transparencia del sistema de adopción chino<sup>82</sup>. En la etapa de disminución, después del 2005, se enfoca más en contextualizar las causas de la bajada, los nuevos requisitos, así como modificaciones del marco normativo<sup>83</sup>.

- Integración social, conexión con la cultura de origen y encuentro de la comunidad adoptiva

Aunque no han recibido tanta cobertura como los temas anteriores, se observa que (1) la adaptación de los adoptados en el medio familiar, social y escolar, (2) la unión de las familias adoptantes en China y la mención hacia (3) la conexión con la cultura china de los adoptados también son temas que *ABC* han prestado atención. Y el tiempo de su aparición se cae desde el principio hasta el final del periodo de estudio, pero con poca frecuencia. Los discursos relacionados con la preocupación hacia el desarraigo con la

---

<sup>82</sup> China es el país que más niños adoptados llegaron en 2003 a la región, 04-01-2004, *ABC*.

<sup>83</sup> Las adopciones internacionales descienden por el bloqueo de China. 19-07-2007, *ABC*.

cultura china fueron emitidos por los padres y las asociaciones adoptivos<sup>84</sup>, también por las autoridades chinas, generalmente, representantes de la embajada china en España<sup>85</sup>.

- Adolescencia e identidad

No hemos localizado ninguna mención hacia “la adolescencia e identidad” de los adoptados de origen chino en *ABC* hasta la noticia publicada el 29 de abril en 2014 titulada “El embajador de China agradece la labor de las familias españolas adoptantes”. La cobertura de este tema se transcurre a partir de 2014 y continúa hasta el año 2019, y está relacionada con la entrada a la adolescencia de la primera generación adoptada que llegó a España a finales de los años 90 y primeros años del siglo XXI. El nuevo enfoque mediático ha reflejado los cambios de los adoptados y la preocupación social hacia este colectivo.

La adolescencia supone un proceso en busca de respuestas y de creación de la propia personalidad. En la noticia, el presidente de Asociación Nacional en Defensa del Niño, Ángel Javier González, ha destacado el hito que supone la grabación del documental *Generación Mei Ming: miradas desde la adolescencia*. Este documental ha conseguido mostrar la vida actual de seis niñas adoptadas de origen chino en España y sus reflexiones sobre su crisis de identidad y su relación con los padres ante la adolescencia (29-06-2014, *ABC*).

*ABC* como periódico de influencia nacional, se esfuerza por disipar el conocimiento público estereotipado hacia la adolescencia de los adoptados, transmitiendo reflexiones y discursos de los profesionales al respecto. En el periódico *ABC* del 16 de enero de 2015 (mostrado en la imagen anterior), se dedicó un espacio especial hacia la primera generación de los adoptados y su adolescencia, en el que encontramos una protagonista

---

<sup>84</sup> “La adaptación de los niños a las familias es muy rápida. Como un objetivo de la asociación Piao es evitar el desarraigo cultural del adoptado con ambos países, a las familias se les recomienda que les digan a los niños que son adoptados y explicarles de dónde vienen y, sobre todo, hablarles de que su país es bueno, para que no crezcan con la idea de que su país no los quería y que por eso los han abandonado” (05-11-2010, *ABC*).

<sup>85</sup> “El representante diplomático ha pedido a las familias que “mantengan las raíces culturales de los niños, porque si bien es cierto que viven muy felices aquí, en ocasiones se olvidan de aprender chino y olvidan la cultura china, espero que en el futuro estudien el chino para su propio bien y para el desarrollo de las relaciones china y España” (02-07-2011, *ABC*).

de origen chino. Dicho reportaje se centra no sólo en las perspectivas narrativas y experiencias de las propias adoptadas sobre cómo han vivido su adolescencia, sino también de los profesionales pertinentes, como la pedagoga terapéutica, la Asociación para el Cuidado de la Infancia y la Asociación para la Defensa y el Desarrollo de la Adolescencia y la Infancia (Addai).

Figura 31. Noticia sobre la llegada de adolescencia de los adoptados



Fuente: Imagen extraída de la noticia 01-01-2015, ABC.

El objetivo es romper ideas parciales y prejuicios sobre la adolescencia de las personas adoptadas, lo que ayudará a mejorar la comprensión hacia las personas adoptadas en la sociedad española. Comprometidos con que la adolescencia es una etapa necesaria en busca de identidad, un proceso diferente y difícil, pero eso no significa que los adoptados sufran más complicaciones<sup>86</sup>.

«Están en plena ebullición, como todos los demás» afirma Blanca Rudilla, directora de la Asociación para el Cuidado de la Infancia (ACI). «Estos niños no sufren

<sup>86</sup> Explica Victoria Ruiz, pedagoga terapéutica de la Consejería de Educación de la Comunidad de Madrid. «Todo adolescente se cuestiona su entorno cercano y quiere tener un punto de vista distinto porque desea cambiar la sociedad. Y todo el mundo sufre ese proceso. Hay que quitar hierro a la creencia de que la adolescencia es horrible para un niño adoptado. En ellos puede resultar una etapa más intensa porque traen su mochila, sus propias vivencias, y se dan cuenta de que no se parecen a sus padres. Igual que los demás, se cuestionan todo».

mayores complicaciones durante esa etapa por ser adoptados-añade-. Es un periodo diferente y difícil, y lo afrontan como el niño cuyos padres se han divorciado o que uno de los progenitores ha fallecido. Los chicos adoptados arrastran dudas sobre su origen durante toda su vida, pero eso no tiene por qué pesar más en la adolescencia»

Beatriz sufre ahora su adolescencia como cualquier niña de su edad. «Nada le parece bien, por todo se queja, quiere, pero luego ya no quiere...», protesta su madre. Igual que sufrió los berrinches a la edad que le correspondían. Mis padres me cuidan muchísimo... Sin duda, no es todo de color rosa, como ella misma reconoce. Ahora en la adolescencia, la relación con sus padres «tiene sus altibajos, pero en general nos llevamos muy bien. Aunque discutimos por tonterías y me molesten a veces, ellos son mis padres, quieren lo mejor para mí y son mi mejor apoyo» (16-01-2015, *ABC*).

- Adopción internacional y nacional, adopción con necesidades especiales y casos de violencia

En el 2005, año en que la adopción en China experimenta la primera caída, encontramos la aparición de comparación entre el panorama de adopción internacional y nacional de España en las noticias sobre la bajada de la adopción China-España. La atención hacia la adopción con necesidades especiales empieza por el 2010<sup>87</sup> hasta el año 2018. Frente a las dificultades de realizar la adopción en China a través de la vía ordinaria, se empieza a hacer difusión de información sobre la adopción a menores con necesidades de atención o vigilancia médica, es decir, el llamado “Pasaje Verde”. Además, el tema de

---

<sup>87</sup> La primera noticia sobre la adopción a niños chinos con necesidades especiales en 16-08-2010, titulada “Una oportunidad teñida de verde”.

“casos de violencia”, que aquí se refiere a la muerte de Asunta Basterra Porto se cae en el tiempo de su ocurrencia y el seguimiento posterior<sup>88</sup>.

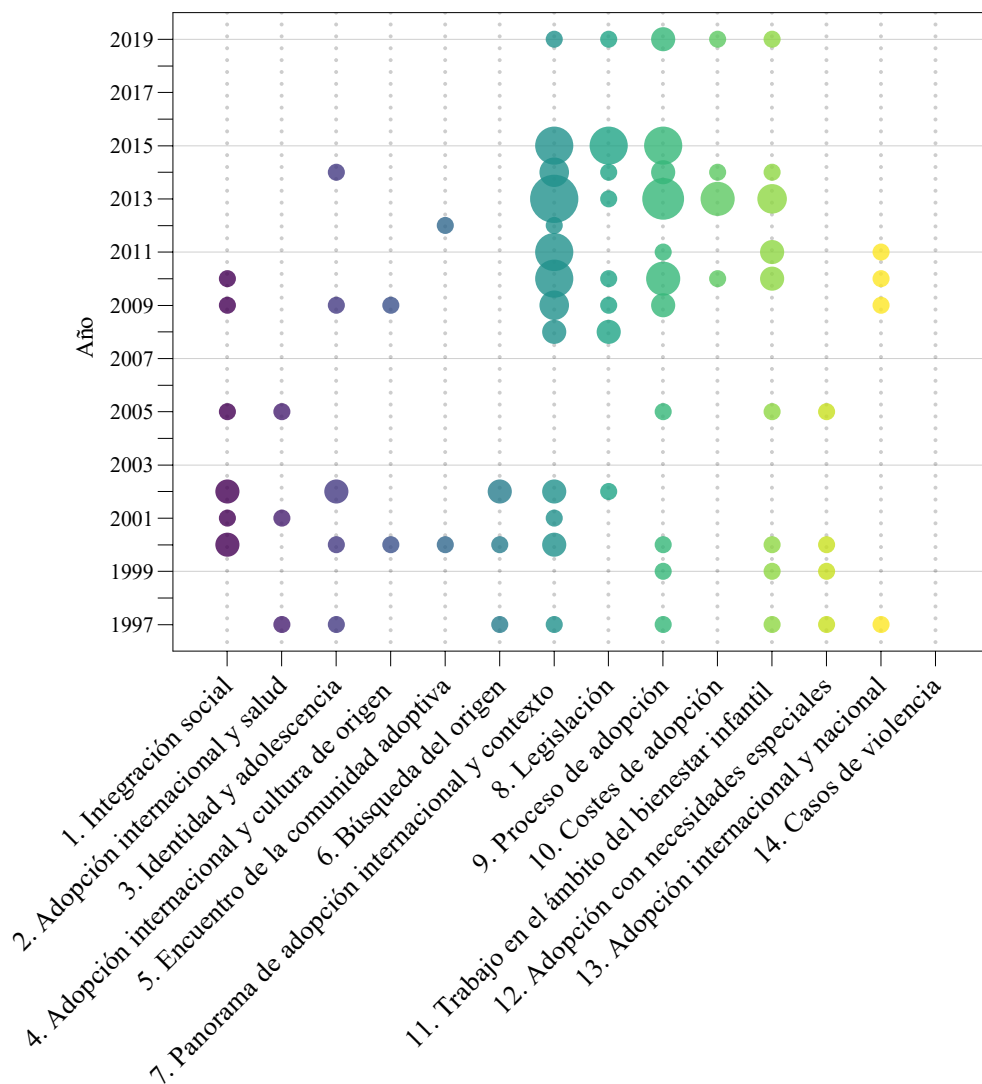
---

<sup>88</sup> El “caso de Asunta” ha sido un acontecimiento mediático de gran repercusión en España y también en los medios chinos. Ha llamado atención por parte del gobierno chino, teniendo en cuenta su procedencia china. Lo consideramos como caso particular que ha pasado durante el proceso de adopción. No es conveniente relacionar la ocurrencia de estos casos de violencia con el estado de adopción de las víctimas. La primera noticia en *ABC* sobre el caso que encontramos en la que ha aparecido las palabras clave es 25-09-2013.

## 2.5 Evolución histórica de los temas en *El País*

Al igual que en el caso de *ABC*, la aparición y evolución de los temas en *El País* también está relacionado con la dinámica de las realidades en torno a la adopción, así como la ocurrencia de determinados acontecimientos. Se constata a través del gráfico la falta de cobertura de las adopciones internacionales chino-españolas en dicho medio durante el periodo 2008-2014 (Figura 32).

Figura 32. Cambio y evolución de temas durante 1997-2020 en *El País*



Fuente: Elaboración propia.

La aparición de los temas contextuales, como el “panorama de adopción”, “legislación”, “proceso de adopción” y “trabajo en el ámbito del bienestar infantil” se centran más en el periodo antes del 2008. Aquí proponemos algunos ejemplos en la siguiente tabla (Tabla 7). El periodo posterior del 2008 coincide además con un descenso significativo del número de adopciones internacionales procedentes de China en el panorama global. Al mismo tiempo, se observa que el descenso del número de adopciones internacionales entre los dos países y la aparición de las adopciones especializadas han ido acompañados de un nuevo discurso en los medios de comunicación, frente al discurso temático de fondo del país.

Tabla 7. Ejemplos de temas 1997-2008 en *El País*

| Fecha       | Temas aparecidos                                      | Titular   |
|-------------|---|---|
| 03-11-2001  | Legislación, proceso de adopción                      | China impone condiciones para continuar con la adopción de niños                      |
| 06-07-2003a | Panorama, trabajo en el ámbito del bienestar infantil | Casi la mitad de los 524 niños extranjeros adoptados el año pasado proceden de China, |
| 28-03-2005  | Panorama de adopción                                  | El 55,9% de las adopciones se solicitan en China <sup>28</sup>                        |
| 04-05-2008  | Panorama de adopción, legislación                     | China trastoca el mapa de las adopciones internacionales                              |

Fuente: Elaboración propia.

Los debates sobre la “integración social” de los adoptados y “la identidad y adolescencia” se mencionaron con más frecuencia después de 2014 (véase ejemplos en la siguiente tabla 8). La conexión de los adoptados con la cultura china y la búsqueda de sus raíces como temas no aparecieron en *El País* hasta el 2014. En comparación con *ABC*, el país habla más sobre el “origen” de los adoptados. Esta aparición y cambio del enfoque temático, es decir, el surgimiento de atención hacia la identidad cultural de los adoptados y la construcción de sus identidades, además de relacionarse con el cambio en su ciclo vital, que también ha sido el fruto de la emisión del documental, *Generación Mei-Ming: mirada desde la adolescencia*.

Tabla 8. Ejemplos de temas aparecidos después de 2014 en *El País*

| Fecha       | Temas aparecidos   | Titular   |
|-------------|--|---|
| 20-05-2014b | Integración social, identidad y adolescencia, búsqueda del origen, panorama de adopción, proceso de adopción.  | Las primeras chinas españolas                                   |
| 17-02-2016  | Integración social, Adopción internacional y cultura de origen, Unión de la comunidad adoptiva, búsqueda del origen, panorama de adopción internacional y contexto, trabajo en el ámbito del bienestar infantil. | “¡En el cole me llaman chino!”                                  |
| 06-12-2016  | Integración social, identidad y adolescencia, panorama de adopción internacional y contexto, costes de adopción, proceso de adopción, adopción con necesidades especiales.                                       | Una vida nueva para el héroe del basurero                       |
| 29-03-2019  | Identidad y adolescencia, búsqueda del origen.   | El reencuentro en Madrid 17 años después de dos niñas adoptadas |

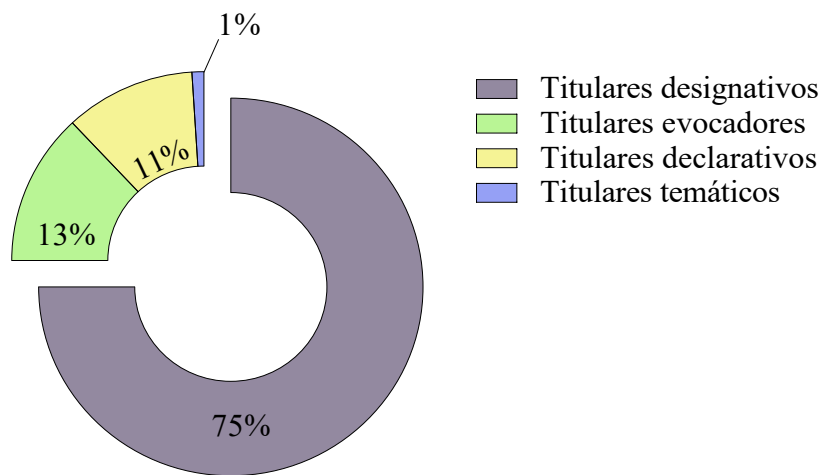
Fuente: Elaboración propia.

### 3. Titulares

#### 3.1 Distribución de titulares en ABC

Encontramos que el 75 por ciento de los 77 titulares de noticias en ABC son *titulares designativos* (Figura 33), que se refieren a titulares que informan solamente de los hechos, sin concernir otras connotaciones. Del total de titulares, los *titulares temáticos* representan la menor proporción, y solo encontramos un titular relacionado que pertenece a esta categoría<sup>89</sup>. El peso de los *titulares evocadores* y *titulares declarativos* resulta similar, con un 13% y un 11% respectivamente. Vemos a continuación algunos ejemplos de titulares por categorías y sus detalles destacables.

Figura 33. Distribución de categorías de titulares en ABC



Fuente: Elaboración propia.

#### 3.2 Titulares designativos en ABC

Se constata un total 58 titulares designativos, cubriendo informaciones de distintas dimensiones en torno a la adopción entre China y España. Desde tendencias de evolución

---

<sup>89</sup> “Adopciones en China”, 07-12-2002, ABC. Esta noticia solo ha enunciado el tema sin mencionar el hecho concreto.

a cambios políticos e historias de los participantes (Tabla 9). La mayoría de ellos están relacionados con el tema de “panorama de adopción” informan sobre la dinámica del desarrollo de evolución de la adopción entre China y España. Estos titulares presentan con claridad los principales acontecimientos de la noticia, con un carácter informativo claro. De este modo, el lector puede hacerse una idea sobre la información principal de la noticia.

Tabla 9. Ejemplos de titulares designativos de *ABC*

| Fecha      | Titulares   |
|------------|---|
| 28-04-2005 | Las adopciones internacionales casi se duplicaron en 2004 hasta llegar a 173, la mayoría de China y Rusia |
| 12-04-2007 | El 63% de las adopciones de fuera de España en 2006 procedió de China                                     |
| 28-04-2007 | China endurece los requisitos para la adopción y da prioridad a los matrimonios heterosexuales            |
| 07-12-2008 | Las adopciones de niños chinos bajan un 66% por la demora en la tramitación                               |
| 03-02-2011 | Andeni celebrará el Año Nuevo Chino el 12 de febrero en Don Benito  |
| 12-05-2012 | Cae en picado las adopciones en China por familias españolas  |
| 29-06-2014 | El embajador de China agradece la labor de las familias españolas adoptantes.                             |
| 26-10-2016 | Un vecino con tres niños adoptados promueve un colegio chino en el Aljarafe                               |

Fuente: Elaboración propia.

Además del reflejo de la dinámica de la adopción, la mayoría de los titulares están vinculados a la expresión de datos específicos ascendentes o descendentes o a verbos y sustantivos que vinculan con la tendencia, como “se duplicaron”, “bajan” y “cae en picado”. A parte del tema de “panorama de adopción”, en los titulares designativos es habitual encontrar los que hablan de las últimas políticas o cambios legislativos en materia de adopción internacional entre ambos países, así como sobre actividades transculturales dentro de la comunidad de la adopción, que pertenecen a los temas de “legislación” y “encuentro de la comunidad adoptiva”.

### 3.3 Titulares declarativos en ABC

Se registran 8 titulares declarativos (Tabla 10) que se caracterizan por el uso de actos de habla de los actores, con la cita directa (oraciones o palabras entrecomilladas y la marca de citación) y la cita indirecta (se conecta con “que”) o la interpretación global (Zorilla Barroso, 1996). A través de la observación encontramos que, estos titulares atañen a diferentes temas. Se vinculan mayoritariamente con las opiniones de los padres adoptivos, quienes son los protagonistas del acto de habla. Detalladamente, comparten sus experiencias en el proceso de adopción y actitudes frente a determinadas políticas.

Tabla 10. Los titulares declarativos en ABC

| Fecha        | Titulares  |
|--------------|--|
| 05-07-2003   | «Recogeremos a las niñas en China este domingo»  |
| 08-05-2005   | «Debe moverte el amor y las ganas de darles todo en vida»                                    |
| 01-10-2013   | Familias adoptantes en China: «Que Asunta fuese adoptada es un elemento casual»              |
| 03-10-2013   | España ofrece a China «las máximas garantías» para los niños adoptados                       |
| 16-06-2014 a | «Cada vez hay más trabas para la adopción, pero las niñas chinas siguen siendo las víctimas» |
| 26-03-2015   | «En la adopción internacional ya no hay niños sanos y perfectos»                             |
| 14-01-2018   | «La adopción está totalmente paralizada»   |
| 24-02-2019   | «La adopción no puede ser un tabú»   |

Fuente: Elaboración propia.

Al mismo tiempo, también notamos en los titulares las declaraciones de los organismos implicados frente a algunas incidencias. Por ejemplo, “Que Asunta fuese adoptada es un elemento casual”<sup>90</sup> (01-10-2013, ABC). El uso de titulares declarativos o con citas

---

<sup>90</sup> Encontramos en la noticia la siguiente declaración: la Asociación de Familias Adoptantes en China (AFAC) considera «terrible» el crimen de Asunta Yong-Fang Basterra Porto «con indiferencia de las características de la víctima» ya que, en su opinión, «el hecho de que Asunta fuese una menor adoptada originaria de China es simplemente un elemento casual que no debe ser para nada tomado en consideración».

de los protagonistas puede aumentar el efecto emocional (simpatías, alegrías, gustos, estar a favor-en contra) de las noticias. Transmiten directamente el punto de vista, la actitud y la voz de los actores de la adopción, lo cual hace que los lectores se acerquen más al suceso y se despierte la atención y la discusión del lector, por ejemplo, en el titular de «la adopción no puede ser un tabú», se ha empleado la palabra de una madre adoptiva dándose a conocer a su opinión en la comunicación familiar con su hija adoptada sobre el tema de adopción.

También debe tener en cuenta la objetividad, el equilibrio y la precisión a la hora de aplicar este tipo de titulares en la representación de un asunto público. La citación seleccionada de declaraciones cargadas de emoción puede conllevar al mal entendimiento y al sesgo por parte de lectores sin una comprensión profunda hacia el panorama de los acontecimientos, como el titular “Cada vez hay más trabas para la adopción, pero las niñas chinas siguen siendo las víctimas”. La mejor práctica consiste en combinarlos con otros tipos de titulares para transmitir de forma más integral la información sobre un hecho noticioso. Al mismo tiempo, los medios de comunicación deben esforzarse por equilibrar los distintos puntos de vista y voces para garantizar que la cobertura sea más equilibrada.

### 3.4 Titulares evocadores y símbolos en *ABC*

La metáfora puede ayudar a crear una base *mítica* para la promoción de algunas políticas públicas sobre otras, especialmente en lo que se refiere a temas altamente emocionales como la adopción internacional (Popa-Mabe, 2010). El uso de símbolos culturales como elementos mediadores en los medios de comunicación españoles se vincula con los titulares evocadores, que se caracterizan por la utilización de asociación de ideas, los juegos de palabras y otros recursos con el fin de despertar la atención y curiosidad de los lectores. En *ABC*, se registra 10 titulares evocadores (véase la siguiente tabla) dentro de las 77 noticias.

En las noticias de *ABC* sobre la adopción internacional China-España, hemos encontrado algunos titulares evocadores (Tabla 11). Según van Dijk (1990), en los discursos noticiosos, lo más importante es la evocación, después se encuentran los acontecimientos

principales, el contexto, los acontecimientos previos y los acontecimientos generales. Entre los elementos que vinculan con la evocación, los titulares y el encabezamiento son los que mejor recuerdan los lectores y que les dan la primera impresión sobre el mensaje transmitido.

Los titulares evocadores pueden despertar el interés en los lectores sobre el tema de las noticias, para que tengan el deseo de seguir la lectura. A continuación, recogemos algunos ejemplos para analizar los símbolos aparecidos en los titulares evocadores. Por un lado, se describe el significado y connotación que asocia cada símbolo en el contexto cultural español en el que se comunica y se representa el *issue* específico de la adopción internacional en China; por el otro, se examinan las técnicas retóricas utilizadas, como metáfora y metonimia, para relacionar los símbolos en los titulares.

Tabla 11. Los titulares evocadores en *ABC*

| Fecha        | Titular                                   | Medio      |
|--------------|---|------------|
| 07-12-2002 b | Cuando los niños vienen de Pekín          | <i>ABC</i> |
| 10-05-2004   | China más cerca de Andalucía              | <i>ABC</i> |
| 07-08-2004   | Adopciones de receta médica               | <i>ABC</i> |
| 26-07-2005   | Ahora la cigüeña viene de China           | <i>ABC</i> |
| 10-08-2005   | ¿Por qué los niños vienen ahora de Pekín? | <i>ABC</i> |
| 09-08-2007   | La cigüeña viene de China, Nepal y Rusia  | <i>ABC</i> |
| 18-01-2010   | Sueño de ojos rasgados                    | <i>ABC</i> |
| 16-08-2010   | Una oportunidad teñida de verde           | <i>ABC</i> |
| 13-04-2012   | La cigüeña sigue viniendo de China        | <i>ABC</i> |
| 28-05-2012   | La cigüeña ya no viene de Pekín           | <i>ABC</i> |

Fuente: Elaboración propia.

### 3.4.1 La figura de cigüeña en la construcción de origen de los adoptados

En la narrativa de los medios españoles sobre la adopción internacional China-España, la “cigüeña” como signo connotativo en la semiosfera occidental se convierte en recurso para la construcción del “origen” de los adoptados. Además de su aparición en los titulares también tiene la presencia en el texto “sobre la procedencia de los niños, cabe

destacar que ha variado sensiblemente. En 2007, la cigüeña vino fundamentalmente de Nepal, Rusia, Etiopía y China.” (02-11-2008, *ABC*).

De hecho, encontramos en los titulares evocadores de *ABC* una línea narrativa completa en torno a la figura connotativa de *cigüeña*, con la que se reflejan las diferentes etapas del panorama de las adopciones entre China y España mediante los adverbios de tiempo, como “ahora”, “sigue”, “ya no”. Se señala el origen de la adopción internacional, activando el esquema interpretativo de lectores españoles sobre el significado cultural que conlleva esta palabra.

Figura 34. La figura de cigüeña en la construcción del origen de los adoptados

**La mitad de los bebés adoptados en el extranjero en 2004 procedía de China. La eliminación de los cupos en éste y otros países disparó los prohijamientos un 76 por ciento**

## **Ahora la cigüeña viene de China**

TEXTO: M. J. ÁLVAREZ

## **La cigüeña ya no viene de Pekín**

De las 2.704 niñas chinas que fueron adoptadas por familias españolas en 2005 se pasó a 591 el año pasado por las cada vez mayores restricciones y el desarrollo del país asiático frente a la crisis en Occidente

Fuente: Imagen izquierda, titular de noticia 26-07-2005, la derecha de 19-05-2012, *ABC*.

En la mitología romana y griega, la cigüeña es considerado como el símbolo de buenaventura y prosperidad y a media del tiempo se sustenta la relación entre la llegada de un niño con el regreso de la cigüeña. En un relato titulado *Las cigüeñas* escrito por Hans Christian Andersen en 1838, hacía referencia al mito de que estas eran responsables de entregar a los bebés a sus padres. De ahí, la figura de la cigüeña va apareciendo en la cultura popular aludiendo a su papel como portadora y protectora de los bebés.

Asimismo, la incrustación de esta figura connotativa en el discurso periodístico español permite a los lectores conocedores del tema hacer asociaciones de ideas de forma natural e inmediata. Por un lado, contextualiza el lugar de origen de los adoptados, por el otro, marca implícitamente la situación del panorama de la adopción internacional entre China y España. A través de estos dos ejemplos, vemos que el mismo símbolo también provoca variación de matices en función de contextos. En la noticia del 2012 de *ABC*, cuando es ineludible el declive de la adopción internacional entre China y España, se utiliza “la cigüeña ya no viene de Pekín” para aludir a la situación, un sutil eco del titular

de 2005 del mismo periódico “ahora la cigüeña viene de China” cuando el país todavía era el principal lugar de origen de adopciones internacionales en España.

En el discurso en torno a la adopción internacional encontramos que los medios de comunicación españoles usan símbolos y mitos culturales populares para racionalizar nuevos modelos de familia condicionados en los nuevos contextos socioculturales. Nuestras percepciones y definiciones del concepto de “familia” se derivan de culturas, historias y leyendas, de tradiciones religiosas, y de ahí han surgido los símbolos, expresiones lingüísticas como portadores de estos significados. Con la normalización del movimiento de la población y el mestizaje de culturas bajo el contexto de globalización, se provoca una remodelación natural en torno a la definición las formas estructurales de la familia.

La adopción constituye una vía para convertirse en familia. Los significados producidos del símbolo la cigüeña en los discursos de adopción internacional ha sido un ejemplo claro de la representación evolutiva del concepto de parentesco en el contexto multicultural, enriqueciendo así el conocimiento público hacia las formas de constitución familiar.

Cada año, más de 1.300 padres «encargan» un bebé, el «embarazo» dura más de nueve meses, entre 15 y 18 de media, y los futuros progenitores tienen que ir a buscarlo a su lugar de nacimiento. El pequeño no se parecerá a ninguno de sus progenitores, hermanos, tíos o abuelos, pero será igual de deseados y queridos” (26-07-2005, *ABC*).

En la mitología la cigüeña trae los niños a los nuevos padres, en la adopción internacional, los niños ya no vienen de París sino provienen de China<sup>91</sup>, la cigüeña trae los niños desde diferentes lugares de China a sus padres adoptivos españoles. Además de conseguir configurar la procedencia de los adoptados en las representaciones noticiosas,

---

<sup>91</sup> Cuando los niños vienen de Pekín, 07-12-2002, *ABC*.

la cigüeña también ejerce su valor comunicativo en la comunidad adoptiva formada por las familias adoptantes en China. <sup>92</sup>

### 3.4.2 Ojos rasgos como construcción latente del origen de los adoptados

La representación hacia la adopción internacional se concierne en muchos casos a los discursos alrededor de las nociones de raza, etnia y cultura. Descubrimos que los medios de comunicación españoles utilizan etiquetas que parecen naturales y objetivas hacia los adoptados procedentes de China. Tal como el ejemplo que insertamos, el titular de la noticia de *ABC* “sueño de ojos rasgados”, aquí los ojos rasgados dejan de indicar simplemente los ojos de formas “rasgados”, sino se ha convertido en este contexto una expresión retórica metonímica, aludiendo a los menores de origen chino que son considerados como portadores de ojos rasgados tal como todos sus ancestros. Así pues, el titular “sueño de ojos rasgados” es interpretado con un uso de metonimia, que indica el deseo anhelo de los padres adoptantes españoles por tener a sus hijos chinos.

Figura 35. “Sueño de ojos rasgados”, *ABC*



Fuente: Imagen extraída de la noticia 18-01-2010, *ABC*.

<sup>92</sup> El centro cultural de Caja Duero inauguró en el día 23 de enero de 2006 la exposición 'El vuelo de la cigüeña amarilla'. Esta muestra recoge 78 fotografías que reflejan los viajes de padres adoptivos a China. Las instantáneas son un reflejo de algunos de los intensos y emotivos momentos que se viven en el camino hacia la paternidad adoptiva, especialmente del viaje y de los primeros días de convivencia con los hijos adoptados.

La acción de categorizar cuenta con un marcado carácter social. En el entorno social, categorizamos y nos categorizan, y el juicio sobre la apariencia de los individuos y los grupos es siempre la forma más común a la hora de clasificar y definir a los demás sin tener en cuenta la particularidad de la experiencia de cada persona. Alegret (1993) sostiene que los procedimientos por los que llevamos a cabo estas categorizaciones y-o tipificaciones son también sociales y aprendidos, en tanto que varían de unos contextos a otros.

Desde la dimensión social, los discursos constituyen el reflejo de las creencias, actitudes, ideologías y valores del público. En este sentido, el discurso en ocasiones es tanto una práctica social discriminatoria como una fuente de estereotipos y prejuicios para el público. Como personas que viven en una época concreta, los periodistas categorizan acontecimientos y personas similares cuando se encuentran con ellos. Estas etiquetas, utilizadas intencionadamente o no por los periodistas, profundizan la conexión entre la etiqueta y el tema-actores que se presenta y contribuyen gradualmente a su pensamiento estereotipado.

La representación hacia los adoptados de origen y la comunidad china en España en los medios de comunicación refuerza la interiorización y socialización del público de una serie de símbolos y etiquetas utilizadas en la configuración de sus imágenes mediáticas, condicionando así la opinión pública hacia esos grupos y las personas que son considerados miembros suyos. Se suele ver etiquetas de descripción para tipificar a los inmigrantes chinos en los medios, considerados que llevan rasgos fenotípicos supuestamente diferentes con la mayoría de los españoles por su origen “exótico”. Entre otros, los “ojos rasgados” se ha convertido en una etiqueta con uso por excelencia que contribuye a la representación de la alteridad de los chinos en España.

Estas descripciones a los adoptados son denominaciones según Anzil (2011) como la “identificación externa”, que se refiere a aquellas representaciones reflejadas principalmente en la prensa hacia los niños, niñas, y jóvenes adoptados internacionalmente y del lugar que se les atribuye. La discusión sobre el origen de la persona adoptada en el marco de la adopción internacional oculta a menudo los puntos de vista y los marcos de etnia, cultura, “raza”, nacionalidad en un contexto sociocultural particular.

En la práctica, este tipo de categorización marcada por el énfasis de descripciones los rasgos diferentes o su lugar de procedencia de los adoptados, como el uso de “ojos rasgados” y el “país oriental” “gigante país asiático” conlleva la construcción de origen

de los adoptados, lo cual condiciona la discusión e interpretación pública sobre su identidad cultural. Dicho “origen” se construye sobre la base de racismo cultural. Se legitima así una perspectiva esencialista hacia la identidad cultural: la asociación intrínseca entre el lugar de nacimiento del individuo y la etnia que pertenece con una herencia natural de cultura determinada, envuelta por una serie de valores, creencias y costumbres, aunque realmente es polisémica y dinámica.

Los medios de comunicación constituyen espacio de adquisición e interiorización masiva de las categorizaciones. Se aprovecha del proceso de la formación de conocimiento público que la gente suele pensar que las cosas viejas y nuevas están conectadas, y que siempre utilizan las percepciones que ya tienen en su mente para interpretar los nuevos sucesos. En la tendencia deliberada de los medios de comunicación sobre la opinión pública, las audiencias van adquiriendo gradualmente el hábito de clasificar a una persona en un grupo determinado y etiquetan a este grupo de forma simplificada y generalizada.

“Con este procedimiento se consigue, por ejemplo, incluir en el grupo de ‘chinos’ a una persona con los ojos rasgados y el color de la piel ‘amarillo’, sin tener más información sobre ella que la ‘fenotípica’, parcialmente” (Estrada Villaseñor, 2017, p. 63). O al revés, se considera naturalmente que una persona de origen chino lleva ojos “rasgados” y piel “amarilla”. Los dos además de no contar con pruebas como ciencia natural, han constituido una forma de prejuicios y estereotipo. Los adoptados de origen chino son identificados y juzgados en el entorno social por sus rasgos a primera instancia y no por su estado de ser adoptados y tener la nacionalidad española.

En un estudio que centra en la percepción del bienestar social de niños adoptados de origen chino en las escuelas (Doncel Abad et al., 2020), se menciona que el factor que afecta más a la integración social de estos niños adoptados en España son sus rasgos fenotípicos. Asimismo, ser adoptado (Raaska et al., 2012), poseer rasgos étnicos asiáticos (Fernández Cáceres, 2016) o ser niña (OECD, 2017) son atributos que condicionan la experiencia escolar al ser percibidos como elementos de vulnerabilidad.

Los conceptos “raza”, etnia y nacionalidad, aunque no siempre existe una relación superpuesta, operan entrelazadas y solapadas en nuestra sociedad, refiriéndose a los orígenes de las personas y sus diferencias, además existen otras variables como la clase social o las creencias religiosas que complican la delimitación y el análisis de la discriminación, así como las actitudes discriminatorias.

En definitiva, consideramos que esta atribución simplificada al relacionar el hecho de poseer determinados rasgos con la pertenencia étnica de las personas además de formar parte de la identificación externa (Anzil, 2011) hacia los adoptados y los chinos, ha reflejado el esquema interpretativo de los comunicadores frente al país de origen (China) con la identidad cultural de los adoptados. Detalladamente, dicho proceso de producción de significados implica el marco de la comprensión y definición que los medios de comunicación españoles tienen hacia los chinos, la cultura china y China.

### *3.4.3 El color verde y la adopción con necesidades especiales*

Las palabras de color, como categorías conceptuales, son relativamente independientes de otras categorías conceptuales del lenguaje y constituyen producto de la actividad cognitiva humana. Al interpretar las palabras de color dentro de un contexto determinado, es importante tener en cuenta no sólo las propiedades físicas que denotan las palabras, sino también el nivel de cognición metafórica humana, es decir, las connotaciones culturales que asocian.

El color “verde” adquiere significados especiales en los discursos a raíz la adopción internacional China-España. En la práctica, las solicitudes de la adopción internacional china pueden tramitarse a través de la vía ordinaria y por la alternativa de la llamada “Pasaje Verde”. La vía del «Pasaje verde» como se conoce por extensión a la adopción de niños con necesidades especiales comenzó en el año 2005 en China. Los menores a través de esta vía son mayores de 6 años o tienen necesidades especiales por tener malformaciones congénitas, enfermedades crónicas o discapacidades de desarrollo, que necesitarán intervenciones quirúrgicas y seguimientos especializados en los países de receptor.

Lakoff (1993) sostiene que la metáfora es un mapeo sistemático de un dominio conceptual concreto a otro abstracto; la metáfora es una cuestión del nivel del pensamiento, no del nivel de la expresión lingüística. Las dos condiciones básicas para la composición de metáforas cromáticas son el conflicto semántico y la similitud psicológica. El uso del color para modificar otra cosa que no tiene color es un conflicto semántico; la similitud entre la imagen mental causada por el color y la imagen mental producida por el objeto modificado por el color constituye la similitud psicológica

Figura 36. “Una oportunidad teñida de verde”, *ABC*



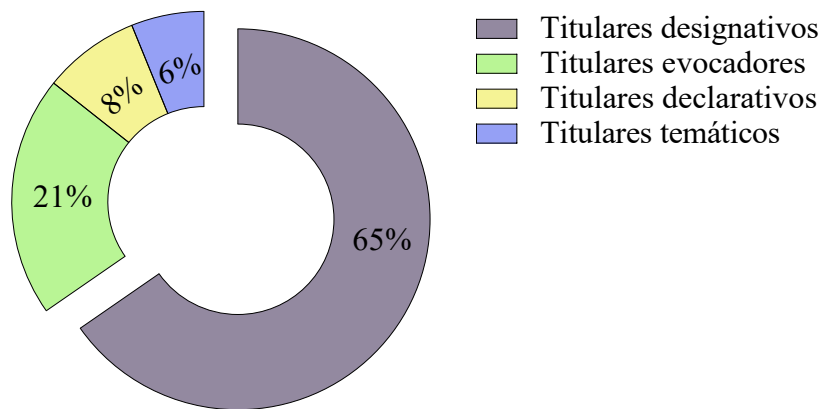
Fuente: Imagen extraída de la noticia 16-08-2010, *ABC*

El titular de *ABC* que hemos puesto como ejemplo “Una oportunidad teñida de verde” se refiere al “Pasaje Verde” (*Green passage* en inglés) dentro del Proyecto de la Adopción Internacional de China. Aquí la palabra verde deja de ser la referencia que denota las propiedades cromáticas del objeto, sino simboliza la vida y la vitalidad. El uso de “verde” para calificar la “oportunidad” funciona como el conjunto metafórico que implica la asociación natural de ideas para los lectores que están al tanto de la adopción internacional, y para aquellos que previamente carecen de información de fondo, funciona como gancho informativo que captará su interés por la lectura. Cabe señalar que aquí establece un *framing* evaluativo que la adopción con necesidades especiales es una oportunidad para los niños y para los padres adoptivos.

### 3.5 Distribución de titulares en *El País*

Tras clasificar y codificar los 49 titulares relevantes de *El País*, comprobamos que predominan los titulares designativos en la construcción de titulares sobre la temática, con un 65%. Luego, se sitúan los titulares evocadores, con un 21%, porcentaje más relevante en comparación con *ABC*. Los menos aplicados siguen siendo los titulares temáticos, que generalmente no presentan el mensaje con claridad y precisión que quiere comunicar. En los siguientes epígrafes mostraremos ejemplos de las diferentes categorías de titulares con análisis e interpretación cualitativa al respecto con el fin de acercarse más al tratamiento informativo.

Figura 37. Distribución de titulares en *El País*



Fuente: Elaboración propia.

### 3.6 Titulares designativos en *El País*

Como demuestran los ejemplos (Tabla 12), los titulares designativos en *El País* siguen centrándose en la presentación de acontecimientos que tratan las noticias sin connotación. Se vinculan con el panorama de adopción, las tendencias y políticas al respecto y sucesos relacionados con los protagonistas de la práctica adoptiva. En este tipo de titulares, el país de origen y los participantes de la adopción ocupan el protagonismo del titular. Podemos encontrar estadísticas de adopción China-España y resúmenes de políticas que son claramente informados. En cuanto a la función comunicativa del titular, la

claridad de la información facilita que el público esté al día de las últimas noticias y novedades relacionadas con la adopción entre ambos países.

Tabla 12. Ejemplos de titulares designativos en *El País*

| Fecha       | Titular   | Medio          |
|-------------|---|----------------|
| 02-03-2002  | El 25% de las peticiones de adopción en 2001 fueron para niños chinos | <i>El País</i> |
| 17-05-2003a | China suspende la entrega de niños en adopción a causa de la neumonía | <i>El País</i> |
| 28-03-2005  | El 55,9% de las adopciones se solicitan en China                      | <i>El País</i> |
| 29-03-2019  | El reencuentro en Madrid 17 años de dos niños adoptados               | <i>El País</i> |

Fuente: Elaboración propia.

### 3.7 Titulares declarativos en *El País*

Los titulares declarativos se caracterizan por la citación a los participantes de adopción (Tabla 13). Además de destacar las palabras e ideas del actor citado, tienen el efecto de atraer a la audiencia. Aquí podemos ver la mostración de discurso de los propios adoptados, la directora del Organismo Acreditados para la Adopción Internacional y de los padres adoptivos. Esto transmite al público sus sentimientos y opiniones sobre distintos aspectos a lo largo de la adopción y su proceso de adaptación social.

Tabla 13. Titulares declarativos en *El País*

| Fecha       | Titular                                     | Medio          |
|-------------|---|----------------|
| 17-05-2003b | “Nos sentimos abandonados”                  | <i>El País</i> |
| 21-12-2003  | “Adoptar un hijo no es un acto de caridad”  | <i>El País</i> |
| 06-08-2006a | Ane Jing y Miren Yin ya tienen 'ama y aita' | <i>El País</i> |
| 17-02-2016  | “¡En el cole me llaman chino!”              | <i>El País</i> |

Fuente: Elaboración propia.

En los titulares, “Nos sentimos abandonados” y “¡En el cole me llaman chino!” se utilizan las palabras de los adoptados para expresar el *rechazo* que sienten tanto en el país de origen como en el entorno escolar y luego llaman la atención de los lectores hacia el apuro que se enfrentan estos niños.

### 3.8 Titulares temáticos en *El País*

Los titulares temáticos constituyen la categoría de titular que menos aparece en los medios de comunicación españoles para construir la temática. No dan detalles del contenido principal de la noticia, sino sólo ofrece una vaga relación de los acontecimientos de los que se puede informar sin indicar cual es el hecho que quiere tratar como “otra manera de ser padres”. El lector tiene que estar interesado a seguir leyendo la noticia para extraer la información exacta (Tabla 14).

Tabla 14. Titulares temáticos en *El País*

| Fecha       | Titular                       | Medio          |
|-------------|-------------------------------|----------------|
| 27-07-1997a | La adopción, paso a paso      | <i>El País</i> |
| 10-03-2002  | Otra manera de ser padres     | <i>El País</i> |
| 20-05-2014b | Las primeras chinas españolas | <i>El País</i> |

Fuente: Elaboración propia.

### 3.9 Titulares evocadores en *El País*

Consideramos que el porcentaje de titulares evocadores se correlaciona con si la construcción de los titulares de las noticias sobre adopción internacional es sensacionalista. Aunque los titulares evocadores no son los titulares de noticias dominantes en *El País*, igual merece atención desde el nivel de construcción discursiva y narrativa. Identificamos la metonimia, así como la aplicación de la metáfora en los titulares evocadores. El uso de estas estrategias confiere un matiz diferente al lenguaje y al vocabulario, dándoles un nuevo significado en el contexto de la temática de la adopción internacional, lo cual también requiere el conocimiento previo del público sobre la situación de este asunto público.

A través del análisis de los titulares de *El País* y *ABC*, descubrimos la influencia de la cultura en la transmisión de sentido y la forma en que se define el mundo. El titular “los niños vienen de Pekín”, se apropia del mito de *los niños vienen de París*. En este caso, Pekín no se refiere al pie de la letra a la capital, sino que se convierte en un símbolo para indicar China. Se alude así al tema de la adopción que realizan los españoles en este lugar como el país de origen. También podemos encontrar construcciones similares en *ABC* a la hora de construir el origen de los adoptados “Cuando los niños vienen de Pekín” (07-12-2002 b, *ABC*). Recitamos la definición de Reese (2000) sobre el *framing*: que son “principios organizadores sociablemente compartidos y persistentes en el tiempo, que trabajan simbólicamente para estructurar el mundo social de modo significativo” (p.11).

Tabla 15. Ejemplos de titulares evocadores en *El País*

| Fecha       | Titular                                   | Medio          |
|-------------|---|----------------|
| 27-07-1997b | Los niños vienen de Pekín                 | <i>El País</i> |
| 24-12-2001b | Un regalo de Navidad llegada de China     | <i>El País</i> |
| 31-03-2003  | Candela tiene los ojos rasgados           | <i>El País</i> |
| 06-12-2006  | Una vida nueva para el héroe del basurero | <i>El País</i> |
| 11-06-2011  | Hugo y los pediatras                      | <i>El País</i> |
| 20-05-2014a | La adolescencia de las niñas Mei Ming     | <i>El País</i> |
| 01-07-2019  | China ya no abandona a sus hijos          | <i>El País</i> |

Fuente: Elaboración propia.

Del mismo modo, el titular “Candela tiene los ojos rasgados” consigue a transmitir su mensaje a través de una presentación social estereotipada hacia los rasgos de la comunidad china unida a un nombre español. Así pues, se permite a los lectores de la sociedad receptora que asocien la noticia con los posibles temas que les resulten familiares: la adopción a los niños de origen chino. En los seis titulares evocadores encontramos cinco que están directamente relacionados con los adoptados que giran en torno a la adaptación social de este colectivo. Asimismo, se encuentra metáfora a los niños de origen chino como “regalos de Navidad” y además retratan la imagen de que son queridos por sus padres.

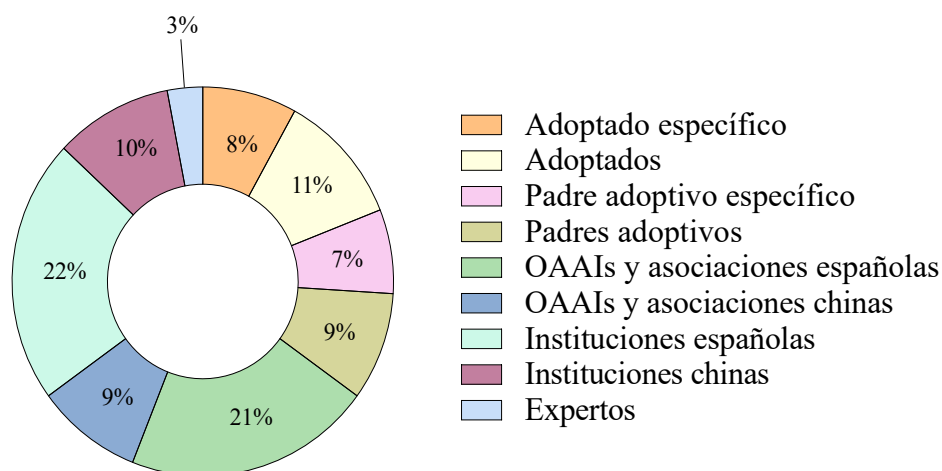
## 4. Actores y voces en las noticias

Teniendo en cuenta las propias características de la adopción internacional como un hecho social, su proceso legislativo y las consecuencias sociopolíticas que se han ido involucrando, ciertas entidades administrativas-asociaciones-colectivos-personajes se convierten naturalmente en *actores* en el proceso de elaboración de las noticias de nuestra temática. La visibilidad de los actores y el peso que les han otorgado por los medios de comunicación para dar a conocer sus opiniones pueden condicionar la imaginación que tiene el público a ellos.

### 4.1 Actores en ABC

Observamos que los actores institucionales, así como los Organismos Acreditados para la Adopción Internacional y las asociaciones competentes de España, son los que ocupan un lugar más destacado en la cobertura noticiosa de ABC, con un 22% y un 21% respectivamente (Figura 38). El Centro Chino de Adopciones, organismo acreditado por el Ministerio de Asuntos Sociales de China para la adopción internacional constituye el actor por parte del país de origen que más aparece en las noticias del medio.

Figura 38. Distribución de actores en ABC



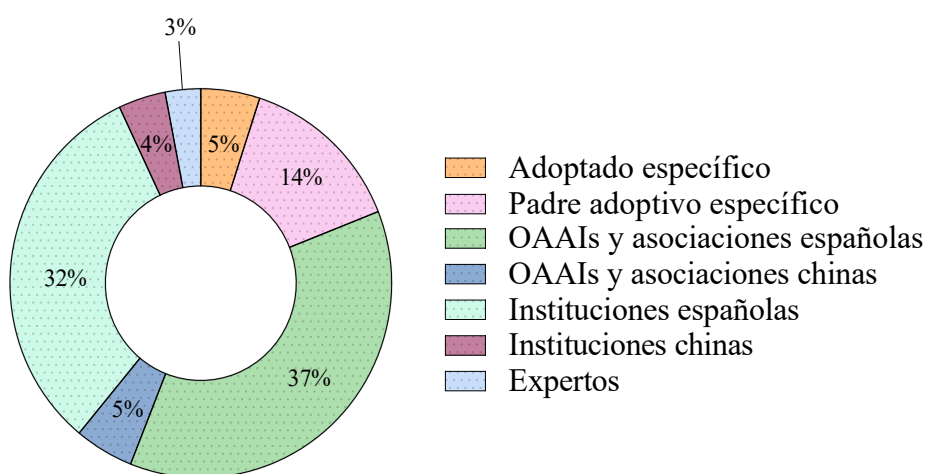
Fuente: Elaboración propia.

La presencia de instituciones oficiales (10%) asociaciones (9%) del país de origen es relativamente escasa. Al mismo tiempo, encontramos que los adoptados y padres adoptivos suelen aparecer como un colectivo en conjunto, y tienen más aparición que los adoptados y padres adoptivos concretos, que suman un 15% frente al 20%. Esto supone más visibilidad de la situación de las familias adoptivas en general, formando así una información contextualizada de la noticia, en vez de desplegar las historias singulares. Asimismo, no se observan en *ABC* tratamiento activo ni retratos de las familias biológicas del adoptado, ni de personas relacionadas con su pasado.

#### 4.2 Voces en *ABC*

Notamos que los actores quienes son considerados como “autoridades” en el ámbito de adopción internacional y las fuentes oficiales del país de acogida ofrecen más voces en *ABC* (Figura 39). Aquí, la palabra “voz” se refiere a que ciertos actores pueden expresarse acerca de la adopción entre China y España, moldeando así el debate en la opinión pública y sobre sus participantes. Aquí nos referimos a las instituciones oficiales (32%), así como los Organismos Acreditados para la Adopción Internacional y otras asociaciones competentes de España (37%), que ocupan un 69% dentro de la presencia total de los personajes que pueden darse a conocer sus voces.

Figura 39. Distribución de personajes que tengan voces en *ABC*



Fuente: Elaboración propia.

Al mismo tiempo, *ABC* suelen citar discursos de instituciones españolas relevantes en vez de usar las fuentes de los representantes de las instituciones oficiales chinas o el Centro Chino de Adopciones. A pesar de la existencia de entrevistas por parte del medio a la delegación china o al responsable chino de las entidades relacionadas, las referencias a las fuentes chinas solo ocupan un 9% frente al 69% en el caso de las fuentes españolas.

A lo largo de la codificación de datos y análisis, descubrimos que existe una relación entre la exposición a los discursos de determinados actores y los temas que encuadra el medio. Los representantes de la administración pública y asociaciones competentes en el ámbito de la adopción cuentan con más privilegio en ciertos tópicos. La información que proporcionan y las organizaciones a las que están asociadas representan, en cierto modo, su credibilidad y profesionalidad en el campo de protección y acogimiento de adopción.

Además de aportar datos significativos sobre el descenso o caída de adopción, ofrecen su interpretación sobre los cambios jurídico-políticos y prevención de sus posibles consecuencias en el panorama. Asimismo, juega un papel importante en fijar cómo piensa el público sobre la acción de adopción.

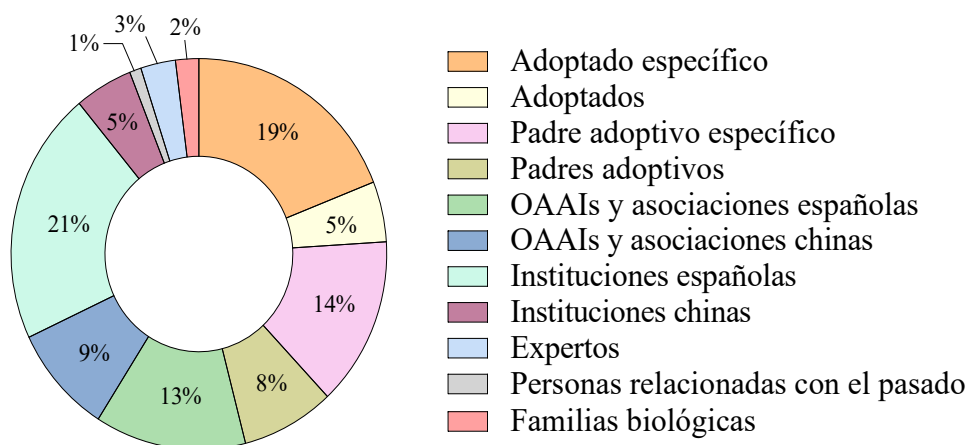
#### 4.3 Actores en *El País*

Se constata que en el tratamiento informativo sobre la adopción internacional China-España en *El País*, las instituciones españolas son identificadas como actores con más visibilidad, con un 21% (Figura 40). Seguido por el adoptado identificado (aparece con el nombre propio en el texto noticioso) con un 20%. Encontramos que el medio suele utilizar actores identificados en vez de genéricos. Los adoptados específicos y sus padres adoptivos (14%) cuentan con mayor presencia en comparación con la representación hacia los adoptados (4%) y padres adoptivos (6%) que aparece como colectivo.

Asimismo, se registra que las familias biológicas (2%), las personas que tengan relación (1%) con el pasado con los adoptados y los expertos (4%) no cuentan con mucha relevancia dentro del análisis de los actores; no se les presentan habitualmente como protagonistas en los eventos relacionados con la adopción internacional, apareciendo sólo en

eventos episódicos y temas específicos, como el tema de la adaptación social de los adoptados y su estado de salud.

Figura 40. Distribución de actores en *El País*



Fuente: Elaboración propia.

Se registra un aumento significativo del peso de adoptados específicos y sus padres específicos como actores que pueden dar sus voces en comparación con *ABC*. En general, los padres adoptivos y los adoptados como colectivo también aparecen con menos frecuencia. La mención a las personas relacionadas con el pasado del adoptado se refiere al reencuentro en Madrid de dos adoptadas de origen chino quienes compartían el mismo orfanato en China y fueron adoptadas después por familias españolas distintas<sup>93</sup>. Las familias biológicas aparecen cuando los propios adoptados comparten sus pensamientos a ellos.

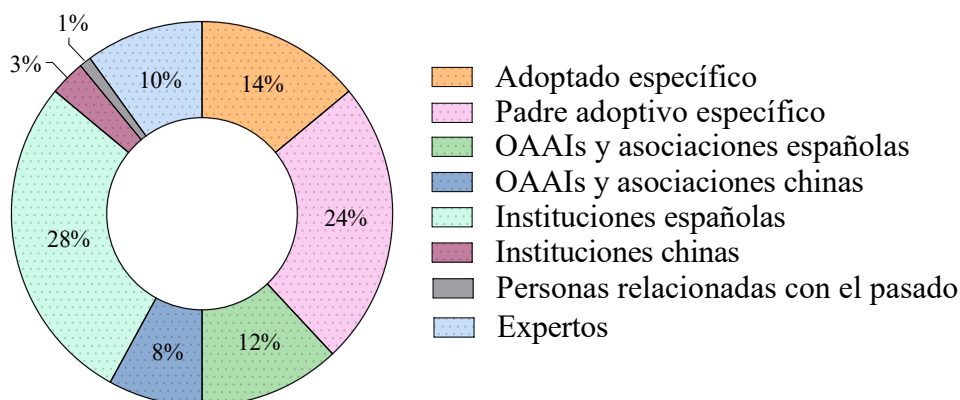
#### 4.4 Voces en *El País*

Descubrimos que en *El País* las entidades y asociaciones relacionadas con la administración y trámites de la adopción internacional entre China y España concentran las “voces”. Concretamente, instituciones españolas 25%, Organismos Acreditados para la Adopción Internacional y Asociaciones de España 15%. Cabe destacar que los padres

<sup>93</sup> El reencuentro en Madrid 17 años después de dos niñas adoptadas, 29-03-2019, *El País*.

adoptivos y adoptados específicos ocupa un 21% y un 18% dentro de la presencia total de los personajes que pueden dar a conocer sus opiniones. Eso vincula con que juegan un papel activo en el tratamiento informativo que comparten sus propias perspectivas durante el proceso de adopción y cuestiones surgidas en la post adopción.

Figura 41. Distribución de personajes que tengan voces en *El País*



Fuente: Elaboración propia.

Asimismo, la investigación sobre los actores de las noticias y quienes pueden dar a conocer sus palabras nos ha ayudado a descubrir que la familia biológica se encuentra en un papel pasivo y siempre se queda en representación por los demás en el país. Una señal clave se reside en que en el análisis anterior la categoría de “familias biológicas” ocupa un 2% pero se registra su ausencia entre los personajes cuyos frases y oraciones pueden ser utilizadas y vistas en el medio.

Al mismo tiempo, *El País* suele citar discursos de instituciones españolas relevantes que a los representantes de las entidades chinas. Las referencias a las instituciones oficiales del país de origen de la adopción son escasas, solo con un 1% frente al 25% de las fuentes oficiales españolas.

En los discursos noticiosos, la utilización de las voces de los expertos constituye una de las estrategias para legitimar el contenido (Caldas-Coulthard, 2003). Se ha detectado en la representación en *El País* las voces de los expertos, concretamente, los trabajadores sociales, psicólogos, pediatras e investigadores referentes ocupan una cuota del 12%. Suelen compartir su experiencia en el asesoramiento y orientación al público sobre cuestiones como la salud física, el desarrollo psicológico y la adaptación social de los adoptados.

Carla, de 10 años, apenas tenía año y medio cuando fue adoptada en China. Desde el principio, sus padres se dieron cuenta de que todo le costaba más de lo norma. “Acudimos a neurólogos, a logopedas, a centros de estimulación temprana, no sabíamos qué hacer...”... Hasta que, hace unos meses, la respuesta llegó a través de la unidad del Niño Internacional del hospital La Fe de Valencia: su hija sufría trastorno de vínculo, un problema afectivo que hunde sus raíces en su estancia en el orfanato (16-05-2015, *El País*).

Las fuentes seleccionadas con las que se construyen las noticias garantizan la credibilidad y la calidad de la información, y en algunos casos, muestran la autoridad del medio en el tema. Como, por ejemplo, en la noticia titulada “China ya no abandona a sus hijos” (01-07-2019, *El País*), encontramos la siguiente oración tras la cita de las palabras de la directora del orfanato de Shanghái en interpretar las causas del desplomo de la adopción en China, “enumera la directora del orfanato, al que *El País* ha podido acceder en exclusiva”.

A lo largo de la codificación de datos y análisis, descubrimos que existe una relación entre la exposición a los discursos de determinados actores y los temas que encuadra el medio. Los representantes de la administración pública y asociaciones cuentan con más privilegio en la interpretación de las políticas de la adopción internacional y la prevención de su desarrollo y panorama, además de aportar datos significativos de sus propias fuentes. Asimismo, juega un papel importante en fijar cómo piensa el público sobre la acción de adopción.

Detrás de las nuevas exigencias chinas, según Carlos Nina, presidente de la ECAI Intercop, se encuentra el afán de las autoridades por solucionar el déficit de mujeres que sufre el país, consecuencia de décadas de una política de hijo único que ha llevado a abortos selectivos e infanticidios. La inmensa mayoría de los menores adoptados en China son niñas (23-07-2008, *El País*).

La complejidad a nivel emocional de los procesos de adopción exige siempre una motivación y una preparación consciente y madura por parte de las familias que dirigen el ofrecimiento, pero en el caso de las llamadas adopciones especiales, se abren otros retos adicionales que no siempre son fáciles de asumir. Para Antonio

Ferrandis Torres, vicepresidente de la Asociación Madrileña para la Prevención del Maltrato Infantil (APIMM) y jefe del Área de Adopciones de la Dirección General del Menor y la Familia de la Comunidad de Madrid, el concepto de adopción especial es “tan difuso que varía en función del tiempo y del espacio” (20-07-2017, *El País*).

### Incorporación de la perspectiva de los adoptados y su papel activo

En comparación con el uso extendido de las fuentes oficiales, la inclusión de la voz de los participantes de la adopción internacional como los propios padres adoptivos y adoptados contribuye al pluralismo informativo y la cercanía entre el público con el tema de investigación. En *El País*, los adoptados específicos y las familias adoptivas ocupan un 39% de todas las referencias. En el análisis longitudinal, el cambio y la subida del peso de determinados actores coincide con el aumento de la tematización de la adopción internacional. A continuación, proponemos algunos ejemplos y su interpretación detallada sobre la evolución del protagonismo de los adoptados en la construcción de noticias y su papel en temas concretos.

Observamos que la visibilidad de los adoptados y la aparición de sus propias voces tienden a crecer en los temas como la adolescencia e identidad, la búsqueda de origen, así como los detalles durante el proceso de la integración social. Teniendo en cuenta la entrada de diferentes ciclos vitales de los mismos, se ha notado el cambio de enfoque mediático hacia ellos. En estos temas, los adoptados dejan de ser roles pasivos, es decir, que siempre son narrados por sus padres o periodistas. Empiezan a tener un espacio (tanto en la representación noticiosa como en comunicaciones audiovisuales) para compartir sus opiniones y sentimientos tiernos sobre las experiencias vividas acompañadas con la llegada de la adolescencia a través de sus propios discursos.

En la representación de *El País* enfocada en estos temas, vemos que para los propios adoptados no hay una respuesta retunda y homogénea frente a los interrogantes sobre los orígenes y la conciliación entre la identidad china y española. En muchos casos han reconocido los altibajos que han enfrentado con el tema de comunicación con sus padres. Enfatizan los duelos que han sentido en el medio escolar y social a consecuencia de los ataques racistas por su procedencia china. Cada caso es particular y sus voces merecen la pena de ser escuchadas.

“Cuando me rechazan por el hecho de ser china me afecta, me duele que solo por eso no me vayan a aceptar”, dice la adolescente. “Que te llamen china no es un insulto, pero te lo dicen como si lo fuera”, lamenta Irene (20-05-2014a, *El País*).

Ana tiene 14 años y vive en Santander. Ella ha sacado a la luz sus dudas y curiosidades acerca de sus orígenes y familia biológica y le gustaría saber más. “Algo debo de sentir, ella es quien me ha parido y eso no se puede cambiar” (20-05-2014b, *El País*).

Mariví, madre de Estela, recuerda con cariño el día en el que conoció la asignación de su hija y vio su foto por primera vez. Ella siempre habla a Estela de su país de origen, aunque la niña, por ahora, prefiere no ir a China. “Ir por la calle y pensar que cualquiera podría ser mi padre es muy duro, creo que aún no estoy preparada”, admite (20-05-2014b, *El País*).

Sus rasgos fenotípicos diferentes con la mayoría de las personas en su entorno son codificados como portadores de culturas, valores y costumbres diferentes, y la incompreensión por parte de los demás pueden finalmente perjudicar la autoestima de los adoptados y convertirse en el sentido de rechazo.

De china tengo los ojos, pero no tengo el idioma, y de España tengo el idioma, pero no tengo los rasgos, así que soy rara en todas partes”, sentencia Marina, sevillana de 17 años. Todas las protagonistas del documental desearon, en algún momento de su vida, parecerse al resto de niños de su entorno para no llamar la atención, pero los ojos rasgados y la melena negra y lacia las delatan (20-05-2014a, *El País*).

Este cambio de enfoque y el aumento del protagonismo de los propios adoptados en los medios españoles han dado lugar a una comprensión más cerca y global hacia ellos. No todo son cuentos de hada, en realidad los adoptados y sus familias han hecho mucho esfuerzo en el proceso complejo de adopción y la adaptación en la sociedad de acogida. Las propias voces de los adoptados, por un lado, contribuyen sensibilizar el conocimiento

y comprensión pública hacia la comunidad adoptiva y la situación verdadera que enfrentan, por el otro, sirven como recursos útiles de comunicación para otros adoptados y padres. Hay adoptados quienes experimentan las mismas experiencias y se encuentran con dificultades para hablar sobre ellas con sus padres o en otros casos; los padres no se han dado cuenta de las dudas que sus hijos estaban dando vueltas.

Lucía, de 16 años, ha descubierto gracias al documental los pensamientos de otras chicas que muchas veces, por miedo o incompreensión, se quedan guardados dentro. Como muchas otras de su generación, ahora ya ha perdido el miedo a compartirlos (20-05-2014b, *El País*).

“A mí me hubiese encantado tener una referencia cuando era más pequeña, creo que ayudamos a que otras chicas se abran y hagan preguntas a sus padres”, afirma Ana Ling (20-05-2014a, *El País*).

A través de las voces de las familias adoptivas y los adoptados, los medios de comunicación pueden presentar una historia más completa, rica y humanizada de la adopción internacional. Sus experiencias y puntos de vista pueden proporcionar al público una comprensión más profunda, disipar ideas estereotipadas y promover una reflexión más profunda sobre el tema de la adopción internacional.

## 5. Imágenes mediáticas de los participantes en la adopción internacional

### 5.1 Los adoptados y su identidad cultural

El perfil de los adoptados en la representación de la adopción internacional entre China y España se caracteriza por el plural femenino y con edad pequeña<sup>94</sup>. Se observa énfasis en explicar “por qué niñas y no niños”, quienes han sido los protagonistas en el Programa Adoptivo de China. “La política de natalidad del Gobierno chino es de contención, y por tradición cultural las niñas eran las que más se abandonaban. Pero aparte, las familias adoptivas quieren niñas” (21-12-2003, *El País*).

Los pequeños que las autoridades chinas ofrecen para adopción tienen edades comprendidas entre los ocho meses y los tres años, de los que la mayoría son niñas y suelen ser huérfanos o abandonados. En general, hay más niñas para adoptar porque las familias chinas consideran que los varones son los que se pueden encargar de trabajar y de cuidarles cuando los padres sean mayores. Las niñas pueden trabajar menos y además en muchas ocasiones deben darles dote para casarlas, comenta Mayte Comins (05-11-2000, *ABC*).

Predomina la narrativa sobre la *historia del abandono* en las noticias cuando se presenta el pasado de los adoptados con el fin de aclarar su “adoptabilidad” es decir, la desconexión total con su familia biológica. Los detalles desplegados a partir de las escenas cuando el protagonista fue encontrado por alguien en aquel entonces, además de aclarar su estado huérfano, también simboliza el inicio de su nuevo viaje y vida nueva en otro territorio en la temática de la adopción.

El color de las hojas de un parque, los múltiples rostros de una calle transitada o el sonido de las puertas del orfanato son, tal vez, los primeros recuerdos de muchos de los niños chinos que hoy residen en España. Abandonados... Ese es el inicio de

---

<sup>94</sup> De los 23.012 niños procedentes del extranjero adoptados en España desde 2002, «la mayoría son niñas», como recordó la secretaria de Estado. De hecho, sólo en China, «el 80 por ciento de adopciones son de niñas» (19-07-2007, *ABC*).

su historia. ¿El inicio de su vida? Otro muy distinto: el calor de los brazos y el cariño de sus padres adoptivos (07-12-2002b, *ABC*).

En las noticias, se representan momentos y escenas de la vida cotidiana entre los padres e hijos en el entorno familiar para mostrar la situación de adaptación de los adoptados y la responsabilidad de los padres. “Hoy, Ane Jing, de tres años, corretea por el salón de casa, mientras su hermana, Miren Yin, de dos, pide una y otra vez a su padre una galleta. Siempre lo consigue. Son dos de muchas niñas chinas que han llegado a Euskadi en los últimos años. Lo ‘mejor’ que les ha pasado a sus padres, aseguran” (06-08-2006a, *ABC*).

El desarraigo con la cultura de origen y la conexión con su lugar de nacimiento han sido tópicos regulares, sobre todo a medida que los adoptados entran a la adolescencia y edad adulta. En los medios chinos, se destacan el aprecio y alta valoración sobre el esfuerzo de los adoptados por mantener la conexión con la cultura china. Mientras que, en los medios españoles, encontramos una tendencia más abierta frente al tema de la identidad cultural de estos jóvenes. Al mismo tiempo, muestran menos evaluación de lo que implica moralmente al respecto.

Hay algunos que solo desean conocer el pueblo o ciudad del que provienen; otros van más allá y quieren visitar el orfanato desde el que salieron”. Lucila Romarate, presidente de la fundación, asegura que se estudia “caso por caso” (17-02-2006, *El País*).

Se observa la descripción de sus rasgos fenotípicos, que connotan su alteridad, mientras también hay usos de lenguaje que les marcan como miembro de un *nosotros*, llamándoles “estos madrileños nacidos al otro lado del mundo”. Por estas diferencias fenotípicas que adquieren su sentido socialmente como marcadores de culturas y formas de pensar diferentes, a menudo los adoptados sienten el rechazo en el torno escolar y social. En los medios de comunicación españoles, los adoptados suelen estar vinculados a distintos “problemas” aparte de la buena adaptación en el entorno familiar.

Al enfrentar estos casos discriminativos, algunos pueden mostrar su valentía y aplicar estrategias para protegerse a sí mismos. A través de la *calidez* de las palabras y el

tratamiento periodístico, los lectores pueden vislumbrar parte del proceso de la posadopción de este colectivo, especialmente, su adaptación en la sociedad española. Y en el futuro, se espera el seguimiento en los medios sobre sus grandes decisiones en la vida con la entrada a la siguiente etapa vital, como temas de elección de profesión y matrimonio.

Su origen chino le ha traído algún episodio incómodo en la vida. Pero esta joven no se amilana por ello. «Si no haces frente, nadie te va a defender, tiene que aprender a lanzarte. No voy a dejar que nadie me derribe porque soy china, tengo los ojos rasgados o el pelo negro-se defiende-» (14-01-2015, *ABC*).

## 5.2 Los padres adoptivos

La imagen de los padres adoptivos en los medios españoles es predominantemente positiva. Son cariñosos, responsables y muestran el amor desinteresado a sus hijos. “Deseaban tener un bebé a toda costa” y tienen valentía al afrontar los retos a lo largo del proceso de adopción. Las experiencias personales “fabulosas” (08-05-2005, *ABC*) que comparten en los medios de comunicación garantiza la reputación del sistema de adopción en China. Para ellos, ser seleccionados por el Gobierno chino para la adopción es un orgullo total.

Su imagen mediática se configura a lo largo de la narración periodística de las tres fases de la adopción. En la fase de preadopción, los adoptantes se informan activamente sobre la política de la adopción china y los requisitos para conseguir la idoneidad. Con respecto al periodo después de iniciar los trámites (a lo largo de la adopción), pero antes de la asignación de niños, comparten su mirada personal sobre las experiencias del procedimiento de adopción. Muestran sus preocupaciones y comprensión ante el tiempo de espera largo o la suspensión temporal de las adopciones debido a algunas incidencias.

Tras la llegada del adoptado al destino de adopción (posadopción), también encontramos representaciones de cómo los padres ayudan al adoptado a superar las dificultades psicológicas y físicas para promover su capacidad adaptativa al entorno. La descripción de escenas de la interacción cotidiana entre ellos contribuye a la representación social hacia el nuevo modelo de parentesco en el contexto de la adopción internacional, y en el trasfondo de la globalización.

Como participantes en las prácticas adoptivas, los textos noticiosos se convierten en espacios comunicativos para lanzar sus preocupaciones con los estereotipos y percepciones sociales hacia el tema de la adopción y sus hijos, con el fin de remediar mal entendimientos y transmitir las buenas prácticas en la adopción como así piden sus papeles.

Yo les pregunto: “Y si no te tocan guapas? Son niñas, guapas o no, cumplen años, se les caen los dientes como a los demás, a lo mejor tienen los ojos más saltones...La gente piensa en que las niñas chinas son muy ricas. Pero, para tenerlas, debe moverte un amor muy grande, unas ganas tremendas de darles todo y de formar una familia, como cualquier padre o madre que quiere hijos” (08-05-2005, *ABC*).

La cobertura de dichos discursos de los adoptantes revela la representación mediática de la “vigilancia comunicativa” que aplican sobre todo los participantes de la adopción (adoptados, adoptantes y profesionales de adopción). Es decir, enfatizan maneras apropiadas para hablar o no hablar sobre la adopción. Dicho proceso de socialización de lenguaje influye en la representación de la adopción internacional de los medios de comunicación cuando los mismos participantes son también las fuentes. Y finalmente estos mensajes pueden transformar en las maneras de percepción pública sobre la temática, supuestamente más adecuadas. Tal como sintetizan los estudiosos que plantearon la idea:

Using the appropriate language is understood to bring about a transformation in experiences and views of adoption. In its performative mode, adoption talk exemplifies a kind of socialization that pertains not to reproduction but to transformation (Frekko et al., 2015, p.705).

### 5.3 Los Organismos Acreditados españoles para la Adopción Internacional

Los OAAIs (que anteriormente fueron conocidos como Entidades Colaboradoras de Adopción Internacional) desempeñan un papel significativo en el proceso de adopción como intermediarios entre el país de origen y los adoptantes; así como también contribuyen a fomentar la relación dentro de la comunidad adoptiva española y a su conexión con

las instituciones chinas culturales que tienen sedes en España. “Ecai es la manera más segura de realizar los trámites” (10-03-2002, *El País*).

Teniendo en cuenta la importancia que tienen estos organismos, los medios españoles los han dado mucha cobertura en la representación de la temática, lo cual ha condicionado una imagen de ellos como autoridades en el ámbito de adopción internacional para el público. El hecho de que la mayoría de los miembros y representantes de los OAAIs sean los propios padres adoptivos hace que sus discursos sean más persuasivos y fidedignos en la representación de los acontecimientos relacionados. A menudo aparecen como profesionales en el campo que interpretan los últimos cambios del marco legal y hacen predicciones sobre lo que podría venir después con respecto al panorama de la adopción. En este sentido, incluso promueven de forma implícita la vía de la adopción con necesidades especiales debido a que es la única vía que es aplicable después de 2014 si desean adoptar en China.

Así lo aseguró ayer el presidente de la Asociación Nacional en Defensa del Niño (ANDENI) de Castilla y León, Ángel González, quien explicó que, si en 1997 tan sólo llegaron tres niñas chinas a la región, en 2002 se alcanzaron las 82 (31-03-2003, *ABC*).

Raras veces se encuentran descripciones negativas asociadas con OAAIs. El discurso, al tiempo que categoriza al sujeto, legitima su habla dentro de los mecanismos del poder social. La construcción de su autoridad y credibilidad en la adopción internacional se realiza a través de la alta visibilidad de sus voces en los discursos noticiosos.

Bien adoptar desde el país de origen a través de una Entidad Colaboradora de Adopción Internacional (Ecai). Estas entidades son autorizadas por las comunidades, son las encargadas de determinar la idoneidad de los adoptantes (19-07-2007, *ABC*).

#### 5.4 Las instituciones chinas en los medios españoles

En los medios españoles se han utilizado expresiones como “autoridades chinas”, el “gobierno de China” “gobierno de Pekín” para referirse al país de origen. En la visibilidad de las instituciones chinas, sobre todo en la etapa de subida de adopción, destaca el hecho de que las adopciones entre ambas partes se sustentan en convenios y confianzas bilaterales. La presencia de representantes de organizaciones y delegaciones de las instituciones competentes muestran mayoritariamente su interés por la situación de los adoptados de origen chino en España, así como su satisfacción por la buena integración social que han conseguido los mismos con la ayuda de los adoptantes.

El Centro Chino de Adopciones es la máxima autoridad en esta materia en la República Popular China ya que se encarga de la recepción y tramitación de todos los expedientes dirigidos a este país (21-06-2005, *ABC*).

Además, ha manifestado su agradecimiento a las familias españolas que han adoptado a unos 20.000 niños chinos que residen en el país, del que ha dicho que es el segundo con el mayor número de adopciones después de Estados Unidos (30-06-2012 b, *ABC*).

Después del descenso destacado que ha experimentado la adopción entre China y España, las instituciones chinas en la representación hacia la temática empiezan a enfatizar la importancia de la cercanía de los adoptados con la cultura china y transmiten el mensaje de que la adopción entre ambos países tiene su significado desde el nivel diplomático y del intercambio cultural, aunque también es cierto que este discurso no cuenta con mucha cobertura.

El representante diplomático ha pedido a las familias que “mantengan las raíces culturales de los niños, porque si bien es cierto que viven muy felices aquí, en ocasiones se olvidan de aprender chino y olvidan la cultura china, espero que en el futuro estudien el chino para su propio bien y para el desarrollo de las relaciones entre China y España” (02-07-2011, *ABC*).

## 6. Framing de la adopción internacional entre China y España

### 6.1 “Facilidades, transparencia y rapidez” en la etapa de aumento

Encontramos que durante los años del rápido desarrollo de las adopciones 1997-2005, se menciona el sistema de adopción en China de forma altamente valorada. Y se habla de la «boom» de la adopción internacional (26-07-2005, *ABC*). Durante este periodo, tanto *ABC* como *El País* se centraron en dar a conocer y promover la adopción en China. Esto ha dado lugar a la creación de una serie de atributos positivos en torno al sistema chino de adopción y condiciona el clima de la popularidad y “ventajas” de la adopción en China.

Figura 42. “Mimar a los recién llegados”, *ABC*

#### Mimar a los recién llegados

El Ejecutivo navarro pone en marcha un protocolo para tratar a los niños adoptados en el extranjero

**AGUIRRE-LARREN**  
PAMPLONA. La adopción de niños extranjeros crece en Navarra. Solo ya más de 800 en los últimos años. Y esa cifra podría incrementarse si no existiera el temor de muchos padres a que sus hijos adoptados no estén tan bien atendidos como los niños de origen español. Para mejorar esa situación, el Gobierno de Navarra, a través de los Departamentos de Asuntos Sociales, Familia, Juventud y Deportes, y de Salud, ha puesto en marcha un nuevo protocolo médico de atención a menores adoptados en Navarra, procedimiento que entrará en vigor el próximo septiembre. El protocolo que permitirá proporcionar la adecuada atención a estos niños y niñas, es fundamentalmente la realización de un primer diagnóstico de sus países de origen. Una forma de seguir especialmente a los recién llegados a tierras navarras para garantizar su buena salud.

La concejala de Asuntos Sociales, Familia, Juventud y Deportes, María Isabel García Melián, y la concejala de Salud, María Rosa Prieto, explican que el objeto y objetivo de este protocolo, que tiene su punto de partida en una serie de relaciones pediátricas en adopción internacional, que han sido impulsadas por la Coordinadora de Asociaciones en Defensa de la Adopción y el Anquilosismo (CORA), tienen en su objetivo principal asegurar en el país, procedimientos de salud.



**Adoptar el modelo**  
Este protocolo constituye una adaptación de una guía al sistema

La nacionalidad china es una de las prioridades en las solicitudes de adopción de niños

Fuente: Imagen extraída desde la noticia 29-11-08, *ABC*, la nota de la foto señala: “la nacionalidad china es una de las prioridades de las solicitudes de adopción de niños”.

El discurso más frecuente que se puede encontrar se centra en destacar la “transparencia” del sistema y la “rapidez” del proceso. Al mismo tiempo, se habla de las “facilidades” proporcionadas por el Gobierno chino al respecto, lo cual garantiza la “alta fiabilidad” y “claridad del proceso de adopción”. En cuanto al uso del lenguaje, encontramos ejemplos como “la adopción en China es de las más excepcionales del panorama internacional” (29-04-2004, *ABC*). “China es para muchos adoptantes el país que ofrece mayor seriedad y garantías en los plazos y en los costes- que rondan los dos millones de pesetas a la hora de realizar una adopción”. (07-12-2002 b, *ABC*).

Tales *framing* informativos promueven discursivamente la legitimidad de la adopción china y el alto grado de implicación de las instituciones oficiales mencionado por los medios ayudan a conformar una imagen positiva de China como países de origen de adopción entre el público de España y los interesados en la adopción internacional. “Tanto la legislación china como la española controlan al detalle todo el proceso de adopción” (27-07-1997a, *El País*). La repetición y visibilidad de estas valoraciones positivas pueden influir incluso en las decisiones de los interesados a la hora de elegir el país de origen para realizar la adopción (Jacobson, 2014).

Cabe señalar que, a lo largo de la subida de adopción entre ambos países, China siempre ha sido representada en los discursos como “el país preferido por los españoles para adoptar” (28-11-2005, *El País*). Esto también ha sido confirmado por las autoridades españolas, lo que ha aumentado aún más la *fidelidad* de la información si pensamos en la relación entre el poder y el discurso que ha sido reflejada como en este caso: “la consejera ha puesto a China como ejemplo de organización y colaboración en esta área, ya que se ha convertido en el país preferido por los valencianos para adoptar” (21-06-2005, *El País*). La abundancia de información disponible en Internet sobre la adopción china también ha contribuido a que se entienda que ha formalizado la coordinación y distribución del trabajo.

China figura la primera en la lista de preferencias de los adoptantes, lo que está claro para las Ecais es que las familias se decantan «por los países que ofrecen mayores garantías y rapidez», y en ello China cuenta con todas las ventajas. Por un lado, China se ha convertido en un país cuya transparencia, seriedad y celeridad en los procesos de adopción internacional son elogiados tanto por las diferentes Entidades Colaboradoras de Adopción Internacional (Ecais) como por los propios adoptantes. Su gobierno «exige requisitos, pero cumple los compromisos» (08-05-2005, *ABC*).

Al observar y analizar cualitativamente la imagen y el *framing* de las adopciones chinas, descubrimos que China y Rusia aparecen juntos en las noticias relacionadas. Pero a diferencia de la representación hacia el sistema de adopción chino, las adopciones internacionales de Rusia suelen asociarse con problemas y episodios inesperados comentados por los adoptantes en los medios españoles.

Algunos psicólogos nos advirtieron de que los niños rusos podían presentar problemas inasumibles (lesiones cerebrales) y que algunas parejas habían regresado de allí sin su hijo, sufriendo un verdadero «shock» (08-05-2005, *ABC*).

## 6.2 “Endurecimiento de requisitos” en la etapa de caída

En una etapa se habla de la caída brusca de la adopción en China, en concordancia con el giro total hacia la bajada del panorama de la adopción internacional a nivel mundial. Tras el pico de 2005 de la adopción en China realizada por parte de los adoptantes españoles, las adopciones fueron bajando gradualmente hasta el entorno de las 600 en 2010. En 2013, las adopciones tramitadas en el Consulado de Pekín cayeron hasta las 396. Durante esta etapa, la adopción en China ya pierde su característica de “rapidez” si enfocamos en su representación noticiosa en *ABC* y *El País*.

La situación por la que atraviesan las familias españolas que quieren realizar la adopción en China es más “complicada” y “muy dura”. El largo tiempo de espera constituye el resultante de una serie de factores a raíz de todos los cambios en el marco legal de China sobre la adopción internacional. Y también hay que tener en presente su adhesión formal al Convenio de La Haya relativo a la Protección del Niño y a la Cooperación en materia de Adopción Internacional en 2005. En los medios, se empieza a hablar de la adopción internacional china con una descripción de cómo “se complica a velocidad vertiginosa”. Y de ahí, se difunden quejas de los adoptantes como que “cada día aparece un nuevo inconveniente, un nuevo requisito o una nueva traba burocrática al deseo de incorporar un niño extranjero, como hijo, a la familia” (26-10-2008, *ABC*).

Otra característica del *framing* durante esta etapa reside en que los medios españoles empiezan a interpretar las posibles causas que han llevado a esta disminución. Al principio de la aparición del bajón, fue dominante la atribución de la “culpa” al cambio de condiciones de adopción en China en el año 2007. En dicho año, ante el número creciente de solicitudes, el gobierno chino introdujo nuevos ajustes en su política en las adopciones internacionales, sobre todo en los requisitos exigidos a los adoptantes. De ahí que las condiciones endurecidas se conviertan en el tópico por excelencia cuando los medios españoles intentan encuadrar las razones de este cambio.

El *framing* es un concepto abstracto condicionado e influido por múltiples factores noticiosos explícitos y latentes. Las fuentes elegidas en explicar las causas de la situación pueden ejercer influencias en el mensaje que finalmente reciben los lectores. Así pues, determinadas atribuciones de las causas del problema pueden acabar definiendo la percepción que los receptores tienen del sistema de adopción chino.

«Creo que están poniendo trabas a la adopción-explica-. Quieren vender la idea de que China está bien, que se han modernizado y no hace falta que las familias adopten, pero las niñas siguen siendo las grandes víctimas de la sociedad china» (14-06-2014, *ABC*).

Encontramos una construcción dinámica de los medios españoles sobre los cambios que han surgido en las adopciones chinas al analizar su representación en diferentes momentos. La interpretación de la situación evolucionó gradualmente hasta ser multidimensional, es decir, representan el fenómeno como resultado de factores de confluencia en vez de enfocar únicamente en los cambios de la política en el 2007 en China. Se inclinan por tener en cuenta los cambios socioeconómicos y culturales que ha experimentado China junto con España como contexto en el que surge el declive de la adopción.

Para José Pons, cónsul de España en Pekín, no hay una sola razón que explique esta drástica disminución en el número de adopciones. «En primer lugar destaca la subida del nivel de vida en China, que conlleva mejoras sociales y educativas y nuevos métodos para prevenir los embarazos no deseados», analiza para *ABC* Pons, quien también subraya que «la mayor urbanización del país ha influido en la reducción de partos clandestinos que antes acababan en abandonados» (16-06-2014 b, *ABC*).

En una China enriquecida al amparo de su extraordinario crecimiento, los requisitos económicos también han aumentado para demostrar la solvencia de los adoptantes que se han retraído por el impacto de la crisis en Occidente, de manera más concreta en España (16-06-2014 b, *ABC*).

Las actitudes y la definición del país de acogida sobre las modificaciones se presentan a través de selecciones léxicas y construcción retóricas en los medios (Tabla 16). A diferencia de la construcción lingüística en la fase 1997-2005, los atributos alrededor a la adopción china son “negativos”. Se registra tratamientos informativos muy distintos en medios chinos y españoles al interpretar la disminución de la adopción china desde la posición del país de origen y el país de acogida. *ABC* y *El País* son propensos a expresar disgustos y quejas sobre los requisitos más estrictos que ha aprobado China, lo que implica condiciones difíciles para los adoptantes. Los medios chinos, por lo contrario, lo interpretan de forma positiva. Enfatizan más la idea de “criar a nuestros propios hijos”, como reflejo de la fortaleza económica y la mejora del sistema de bienestar infantil.

Tabla 16. Léxicos en la definición del bajón de la adopción china (*ABC* y *El País*)

| Expresiones                  | Fecha y Medios             |
|------------------------------|----------------------------|
| Echar freno a las adopciones | 23-07-2008, <i>El País</i> |
| Endurecer las condiciones    | 04-05-2008, <i>El País</i> |
| Bloqueo de China             | 19-07-2007, <i>ABC</i>     |
| Trabas chinas                | 03-05-2008, <i>ABC</i>     |
| Dificultades chinas          | 26-10-2008, <i>ABC</i>     |
| Severas cortapisas           | 26-10-2008, <i>ABC</i>     |
| Restricciones chinas         | 02-11-2008, <i>ABC</i>     |
| Cada vez más trabas          | 16-06-2014 a, <i>ABC</i>   |

Fuente: Elaboración propia.

Dichas diferencias de presentación son consecuencia directa de ideologías directamente atribuidas por las posiciones e intereses de ambos países en el tema de adopción internacional. Los medios chinos, como fuentes de información del país de origen, intentan disipar los recelos de la opinión pública ante la connotación negativa que conlleva la adopción internacional y el hecho de que China no puede hacerse cargo de los niños chinos. Mientras que los medios españoles, desde el punto de vista del país de acogida — muy potente en el panorama de adopción—, plasman la idea de que cuanto más se adoptan mejor para los niños.

Asimismo, los medios españoles muestran la opinión de que “el crimen de Asunta Bastera, la niña adoptada en China cuyos padres están siendo investigados, no ha tenido ninguna influencia en la tendencia a la baja de los últimos años” (06-16-2014, *ABC*), lo cual ha sido destacado y construido como una razón que conduce a este bajón en los discursos mediáticos chinos. Y por parte de las instituciones oficiales españolas consideran que la disminución se basa más en términos económicos y sociales que políticos. Al mismo tiempo, en relación con esta disminución de las adopciones y el endurecimiento de las políticas pertinentes, es inevitable que el tiempo de espera se prolongue después de que se entregara la solicitud de adopción.

Calatayud ha destacado que a partir de 2007 se ha producido un “importante descenso” en el número de solicitudes de adopción presentadas... “Este descenso se debe fundamentalmente, a la entrada en vigor, a partir del 1 de mayo de 2007, de los nuevos criterios y requisitos por el Centro Chino de Adopciones en cuanto a edad, estado de salud, ingresos económicos y nivel de estudios de los futuros adoptantes; así como a la decisión de no admitir expedientes de familias monoparentales” (13-06-2011, *ABC*).

Según Calatayud “Si en un principio era de unos 6 meses, a finales de 2007 era aproximadamente de unos 18 meses; a finales de 2009, de 4 años y, en la actualidad, es de unos 5 años desde que el expediente de la familia fue registrado en el Centro Chino de Adopciones” (13-06-2011, *ABC*).

Otro detalle que hemos detectado es que los medios españoles no definen la situación exclusivamente desde su propia visión. Hemos podido encontrar referencias a opiniones y actitudes oficiales chinas, señalando que el desarrollo de las adopciones nacionales en China también ha contribuido a la ralentización de las adopciones internacionales. El diplomático chino ha achacado esto a que “ahora no hay tantos niños que se puedan adoptar en China” y que “también hay muchas adopciones nacionales” (30-06-2012 b, *ABC*). Además, después de que promulgó China en el 2014 sobre la adopción con necesidades especiales como la única vía para adoptar, hemos notado este giro de enfoque por parte de los medios españoles a la hora de tratar la adopción china.

La vía del «Pasaje verde» como se conoce por extensión a la adopción de niños con necesidades especiales comenzó en el año 2005 en China...Por todos esos motivos, «cada vez hay más solicitudes de familias que quieren adoptar niños con necesidades especiales en China-estima Cristina Torres, de Piao. Y porque adoptar por la vía ordinaria es ahora inviable, la espera se alarga hasta ocho o diez años. Las familias que van a ir este año a buscar a sus hijos a China son padres que entregaron su expediente a las autoridades chinas en diciembre de 2006», cuenta Torres (26-03-2015, *ABC*).

### 6.3 La “política del hijo único”

Descubrimos que los medios españoles han prestado atención en revelar las posibles razones que conllevan a la adopción internacional china. Y de ahí han dado cabida a la explicación y esquema de comprensión sobre porqué las niñas ocupan el protagonismo en cuanto al perfil de los adoptados de origen chino. Se destacan las consecuencias que han sido causadas por la implementación de la política del hijo único de China y la preferencia cultural al hijo varón en la sociedad china. En el plano lingüístico de los discursos noticiosos, encontramos vocabularios y conectores que marcan causa-consecuencia.

Más niñas que niños: asimismo, predomina el número de niñas adoptadas. En China suponen un 95% y en India un 83,3%. (15-03-2006, *ABC*).

La férrea política de control de la natalidad en el país asiático que permitiría tener sólo un hijo a las parejas provocó multitud de abandonos, siempre eran las niñas las rechazadas.” (26-07-2005, *ABC*).

Según Carlos Nina, presidente de la ECAI Interdop, se encuentra el afán de las autoridades por solucionar el déficit de mujeres que sufre el país, consecuencia de décadas de una política de hijo único que ha llevado a abortos selectivos que sufre el país, consecuencia de décadas de una política de hijo único que ha llevado a abortos selectivos e infanticidios. La inmensa mayoría de los menores adoptados en China son niñas (23-07-2008, *El País*).

Con el peso destacado de los temas relacionados con el panorama y el contexto de la adopción china en los medios españoles, se notan referencias a dicha política en la construcción de este contexto histórico en el que surgió el fenómeno. En cambio, encontramos prácticamente poca citación a esta política demográfica influyente en los medios chinos para dar a conocer al público chino sobre el contexto, lo cual ha sido una diferencia notable entre el *framing* del país de acogida y el *framing* del país de origen hacia la temática (vamos a analizar con más detalles en la parte de los medios chinos).

Las narraciones alrededor de la política del hijo único en China responden a la pregunta de por qué hay un predominio abrumador de niñas saludables están en situaciones de “adoptables”. Con todo lo mencionado anteriormente, logramos entender por qué en la representación de los medios españoles en muchos casos se utiliza la expresión de “niñas chinas” para referirse a los adoptados de origen chino. A raíz de esta exploración de las raíces políticas y culturales que causan la adopción, notamos una interpretación dinámica por parte de los medios españoles sobre el descenso posterior, incluyendo los cambios multifacéticos que se han experimentado en China.

#### 6.4 Desde el gesto de solidaridad hasta la “adopción no es un acto de caridad”

Las adopciones internacionales de España, desde su inicio hasta su auge en los primeros años del 2000 hasta incluso su caída, han recibido mucha cobertura mediática y siempre han sido temas de debate públicos. Las maneras en las que se producen los significados en torno a la temática condicionan en gran medida su imagen social. En los medios españoles, registramos transformaciones discursivas dinámicas al respecto. En concreto, el giro desde pensar en la adopción internacional como acto altruista hasta llegar a la idea de que la adopción no debe tratarse como un *gesto de caridad*, donde esto último constituye el fruto de la difusión de descripciones de las precarias condiciones que tienen los menores en los países de origen.

Del cumplimiento de los requisitos administrativos exigidos depende el desarrollo de los procesos. La adopción de niños extranjeros se ha convertido en los últimos

años en un ejercicio de solidaridad por parte de los países desarrollados hacia naciones menos favorecidas, más allá de una necesidad de los propios adoptantes (07-12-2002a, *ABC*).

En los primeros años en los que aumenta la adopción se plasman las prácticas de adopción internacional como un “gesto altruista” y como una demostración de “solidaridad”. En algunos casos, atribuyen un valor humanitario de las acciones de los adoptantes frente a una crítica no explícita a la irresponsabilidad de los padres biológicos. Se enfatiza el papel de los menores como sujetos que esperan ser salvados y con estas construcciones se consigue legitimar esta vía como recurso de protección a la infancia.

Se trata de la adopción, una vía a la que recurren las parejas, un hermoso gesto que permite que estos niños se críen en el calor de un hogar y reciben todo el cariño, atenciones y oportunidades de las que, por desgracia, carecen nada más que nacer (26-07-2005, *ABC*).

La emisión en televisión en 1995, de un documental británico titulado «Las habitaciones de la muerte» en el que se denunciaba el abandono que sufrían los niños en varios orfanatos de Shanghai despertó una oleada de solidaridad con la situación de estos pequeños (12-11-2001b, *El País*).

Asimismo, a medida que se desarrolla la adopción internacional entre ambos países se observan cambios de tonos en los mensajes que definen esta práctica, subyacentes de la acumulación de experiencias y reflexiones hacia la temática. Es decir, tanto los propios participantes de la adopción como los agentes de información tienen en presente cada vez más las propias características de esta vía y los posibles retos que podría conllevar para los adoptados, los padres adoptivos y la sociedad del país de recepción. Encontramos contenidos y casos de titulares declarativos que intentan transmitir nuevos mensajes al público. Por ejemplo, “la adopción no puede ser un tabú” (24-02-2019, *ABC*) desde el nivel de la comunicación familiar de cómo se habla sobre este tema con los adoptados de forma moderada.

Estas declaraciones por parte de los adoptantes, entidades públicas en la protección de menores y organismos competentes en la adopción internacional contribuyen a la

socialización del lenguaje alrededor de la adopción. Sin embargo, también se debe tener en cuenta que, en las representaciones, notamos versiones diversas en este tipo de discursos. Hay quien incidir en la parte de tratar el interés del menor como algo primordial de la adopción, y también hay quien también piensa que dicha práctica ha cumplido el deseo de los adultos de ser padres, ya que alguna narrativa de historia empieza a raíz de las dificultades que encuentra la pareja de concebir hijos.

La consejera de Familia, Gábor Ongil, les recibió, les ofreció el carné de familia numerosa y les felicitó por su prole. «Buscamos padres para niños, no niños para padres», subrayó (10-04-2008, ABC).

Figura 43. “Adoptar un hijo no es un acto de caridad”, *El País*

8 / EL PAÍS Comunidad Valenciana Domingo 21 de diciembre de 2003

Valencia: Puerta Cuarta, 11, 1.º, 46002. 96 368 11 50. Fax: 96 361 17 31 / Alicante: Calle Mayor 20, 5. E. 03002. 96 514 47 12. Fax: 96 514 16 67

MAITE COMINS / Presidenta de Piao, asociación de ayuda a la infancia china

### “Adoptar un hijo no es un acto de caridad”

MIQUEL ALBEROLA  
Pregunta. ¿Cómo se metió en esto?  
Respuesta. En 1995, cuando salieron los famosos reportajes sobre las habitaciones de la muerte en China. Aunque no llegué a ver ninguno en televisión, los que se salían en prensa en referencia a esos reportajes. Me afectaron tanto a mí y a mis amigos que estuvimos discutiendo mucho para ver qué podíamos hacer. Adoptar una de esas niñas era insuficiente. Había que hacer algo más. Y decidimos montar Piao.

P. ¿Cuál es el cometido de Piao?  
R. Asesoramos a las familias sobre el proceso de adopción con China. Aparte de la tramitación, asesoramos sobre qué es la adopción y qué problemas puede conllevar.

P. Valencia es una de las ciudades que más demandas de adopciones tiene.  
R. Aquellas reportajes provocaron una gran demanda. La gente se sintió muy sensibilizada. Luego aparecieron las entidades colaboradoras, como Piao, y facilitaron la información para poder tramitar los expedientes de adopción. Piao ha tramitado unas 200 adopciones de niñas chinas en la Comunidad Valenciana.

P. ¿Por qué niñas y no niños?  
R. La política de natalidad del Gobierno chino es de contención, y por tradición cultural las niñas eran las que más se abandonaban. Pero aparte, las familias adoptivas quieren niñas.

P. ¿Qué hay que hacer para adoptar?  
R. Primero que nada, tener claro que se quiere tener un hijo. Cuando se ven estos reportajes, todo el mundo se siente sensible y sacaría a los niños de esa situación, pero adoptar un hijo no es un acto de caridad.

P. ¿Y una vez se está seguro?  
R. Iniciar el trámite. Ir a la Consejería de Bienestar Social, informarse de qué países están tra-

miñando adopciones, hacer la solicitud, legalizar documentos... También lo hacemos nosotros. Mandamos la documentación a Pekín, y en dos años, o menos, recibimos la asignación del menor con un informe médico. Cuando la familia lo acepta, se viaja a China. Suelen estar dos semanas con un acompañante de Piao. Recogen la niña, tramitan la adopción y regresan.

P. ¿Cuál es la cuota a la familia?  
R. Unos 12.000 euros. Está incluido todo: honorarios de la entidad de adopción internacional, las dos semanas en Pekín y los gastos en China.

P. Ahora usted es también la portavoz de la coordinadora de entidades de adopción internacional (ECAI) de toda España.  
R. De la hora de la comida. Trato de no perjudicar ni a mi trabajo ni a mis hijos. Cuando puedo escucho, me dedico. Salvo si necesito más tiempo, como ahora que no hemos tenido que reunir con el Senado.

P. El Defensor del Pueblo recogió las quejas de algunas familias.  
R. Sí, aunque no nos dieron el número de familias. Son los 14 ECAI y en conjunto hemos tramitado este año unas 5.000 adopciones, por eso sería importante saber cuántas quejas ha habido y de dónde proceden. A lo mejor muchas de esas quejas no se han producido por problemas con ECAI, sino con otras entidades que no están controladas por las comunidades autónomas. Las ECAI estamos reconocidas oficialmente y estamos sometidas a auditorías, memorias anuales...  
P. ¿Hay quien se aprovecha?  
R. Un problema muy importante es que la gente cuando va a adoptar va desorientada. Quieren un hijo como sus. Y muchas veces esa necesidad desorientada hace que se pierda la cabeza. Y hay gente que se aprovecha.

Vuelve el delito político. Y aunque el PP jamás se atreve a tocar la norma perpetuada para evitar críticas contra los nacionalistas, el señor grito de empoderarse en solitario, y en medio de una de las mayores bromas de la democracia, nos ilustra una vez más sobre el espíritu “conservacionista, conciliador y dialogante” con que se gobierna el timón de la patria: adversarios, al trulló...  
Sin caer en la exageración libertaria de considerar las cárceles campos de exterminio, pero con el fin de que el cuerpo presente, convenientemente que nuestros prisioneros, más que instrumentos de reeducación, todavía se asemejan más a escuelas de delincuentes, flageladores de reos, de robo de cultivo y discriminados de adicciones e infermedades.

Respecto a las rotaciones, sabemos que se hacen servir extractos codicados entre cuyas maletas se esconden los liberos más volatineros mientras la moralidad social queda atrapada a merced de por vida (oja mirón, capturar “polígono” inimigos de vista en un simulacro).

Entre los escuálidos bien alimentados figuran chorizos de allos vueltos, prevaricadores, accioneros, nacionales o internacionales, protegidos en su honor y su cargo hasta un segundo nivel de detarse senectencia condonatoria, o de cerrarse la raja a sus espaldas (véanse los casos de Demas Martín, Jesús Álvarez, Arnaldo Almirán... que son algunos de “sus” chorizos, prevaricadores y accioneros).

También está la presunción de inocencia de, por ejemplo, ese pedazo de presidente de Diputación que es Carlos Fábreg, otro aborrecido que tanta a tanta se ha hecho con unas cuantas chorizas. Por el momento, su tráfucado caso sólo es una denuncia, pero hace tiempo que guardo una curiosidad insatisfecha: ¿qué rol corrió con los gorros del estremo, en el teatro provincial del Real, de aquel pasadizo torero cometido por María Teresa Baracichán?...  
¿Gran cabellero castillero de gran solera de nuestro Castellón? Su ampolla y don de gentes. Su rugosidad no tiene rival. El es un hombre de gran corazón, de trabajador y firme tañón. Todo lo hace con gran ilusión poniendo siempre el corazón. Buena persona y hombre de honor. De gran talento es un portento. De ampolla y de buen humor...  
No dirán que no tiene delito.



Maite Comins, en Valencia. - JORDI GILGAL

**EN DOS TRAZOS**

La vida de la periodista Maite Comins (Valencia, 1963) cambió cuando en 1995 conoció el drama de los orfanatos chinos. Con otros amigos asumió el compromiso de hacer todo lo posible para terminar con ese horror y ayudar a la infancia china. En aquel momento Piao solo era el nombre de una niña china adoptada en Lechebrón que había aparecido en un reportaje de EL PAÍS. Desde entonces Piao (www.piao.org) es una asociación de ayuda a la infancia que ha aconsejado y tramitado la adopción de unas 200 niñas chinas en la Comunidad Valenciana. La mayor de ellas ya tiene siete años.

Fuente: Imagen extraída desde la noticia 21-12-2003, *EL País*.

## 6.5 Orfanatos en la adopción internacional

La emisión del documental en el año 1995 —*Las habitaciones de la muerte*— ha sido un acontecimiento detonante del *aluvión* de solicitudes de los españoles para adoptar a los niños chinos. Las escenas que salen en la pantalla sobre las condiciones duras de vida y el insuficiente personal en cuanto al cuidado de los niños han dejado un impacto fuerte en los espectadores, tal como expresa el nombre del propio documental. Después de provocar empatía entre el público, se explotaron los reportajes de persecución y revelación de la situación y llamadas sin cesar por parte de los españoles sobre cómo se podría ayudar a estos niños señalados, la adopción con China empieza su etapa de subida mundialmente. “Aquellos reportajes provocaron una gran demanda... Cuando se ven estos reportajes, todo el mundo se siente sensible y sacaría a los niños de esta situación” (21-12-2003, *El País*).

Así pues, debido a su papel especial en la evolución de la adopción internacional china, se ha convertido en un recurso frecuente en el *framing* de la temática. La mención y descripción repetida de las imágenes de los orfanatos que se muestran en el documental condicionan la asociación del público hacia las posibles condiciones precarias e incluso a considerar los casos de estar enfermos, pero sin recursos sanitarios para que sean tratados.

Todo esto junto con la *fama* de la política del hijo único y la preferencia cultural hacia el hijo varón han favorecido conjuntamente la perspectiva de cómo percibe el público la situación de los niños por sufrir “el triste destino de los centros estatales” (07-12-2002b, *ABC*). Finalmente, legitima tal difusión del discurso mediático de tratar la adopción internacional como “acto de solidaridad” y solución del problema.

Como se puede observar, desde los propios mensajes se otorga un toque humanitario en los discursos alrededor de la definición de las prácticas adoptivas con los niños chinos. Los mensajes que transcurren en los medios sobre las terribles situaciones y adjetivos impactantes han potenciado y configurado lo dramático de la situación de los orfanatos chinos, lo cual se vincula con la producción de la idea de que la adopción es un acto de solidaridad y salvación que mencionamos en el último apartado.

La emisión en 1996 de un documental británico donde se denunciaba el abandono que sufrían los niños en orfanatos de Shanghai despertó toda una oleada de solidaridad internacional y las peticiones de adopción se dispararon (07-12-02, *ABC*).

Algunas son adoptadas por familias sin hijos, otras tienen la fortuna de ingresar en orfanatos privados, pero la inmensa mayoría sufre el triste destino de los centros estatales” (07-12-02, *ABC*).

#### 6.6 Aeropuerto como espacio connotativo en la adopción internacional

El aeropuerto como espacio de la circulación de población se convierte en un lugar simbólico en la representación de la adopción internacional. Si se describen escenas en aeropuertos de China, se entiende que se vinculan con la connotación de un adiós a la vida del pasado de los adoptados. El pueblo chino está allí para despedir a estos adoptados y a sus padres adoptivos, mientras los ciudadanos y medios españoles aparecen en la sala de llegada de los vuelos desde China y les dan una calurosa bienvenida a los adoptados. En este sentido, el aeropuerto como el punto de partida y el punto de llegada une simbólicamente los dos territorios—el lugar de origen y el lugar de acogida de la adopción—así como el pasado y el futuro de las familias adoptivas.

Figura 44. Escena de la llegada de los padres con sus hijos en el aeropuerto madrileño



Un grupo de padres posa con sus hijas chinas en el aeropuerto madrileño de Barajas. ULY MARTÍN

Fuente: “Candela tiene los ojos rasgados”, 31-03-2003, *El País*.

Terminal internacional del aeropuerto de Barcelona, al filo de la medianoche. Los viajeros somnolientos contemplan la insólita jarana organizada por una treintena de españoles acompañados de una cuadrilla de niños chinos de unos dos años. Los altavoces anuncian la llegada de un vuelo procedente de Pekín y Shangai, vía Madrid. Minutos más tarde asoman por la puerta de llegadas Eugenia Ramírez y Francesc Román, acompañados de su hija Mireia, de 19 meses. Al igual que Elia, Cristina, Laia o Pau -los pequeños que corretean por la terminal-, Mireia acaba de ser adoptada en China, concretamente en Shaanxi, una provincia del norte del país. Los congregados celebran su presencia con una lluvia de *flashes*, besos y abrazos. Esta ceremonia de bienvenida se repite por lo menos dos veces al mes en los aeropuertos de El Prat y Barajas. Es uno de los ritos de la familia cada vez más numerosa que forman los padres adoptivos españoles de niños chinos” (27-07-1997b, *El País*).

La numerosa familia, que aterrizó el sábado pasado en Barajas después de una tramitación que ha durado más de tres años, compareció ante la Prensa, dadas las características de su caso, por primera vez (10-04-2008, *ABC*).

#### 6.7 La adopción internacional con la agenda política y la imagen de Casa Real española

Durante el análisis de las maneras en que los medios moldean opiniones hacia la temática que nos ocupa, encontramos que la adopción China-España ha tenido relación con la agenda política. Notamos discursos noticiosos en que el partido gobernante de turno intenta ganarse el apoyo de los ciudadanos a través de sus promesas en promover la adopción en China. Se habla sobre las visitas a China de la delegación oficial española compuesta por instituciones y administraciones estatales y uno de sus objetivos es mejorar los trámites de adopción y contactos entre el Centro Chino de Adopciones y las entidades acreditadas para la adopción internacional españolas.

La consejera de Familia y Asuntos Sociales, junto a Aguirre, visitará un Centro de beneficencia infantil en Pekín para ver de primera mano cómo funciona. Se trata de mejorar los contactos entre las dos partes para que los prohijamientos puedan ser más fluidos (16-01-2005, *ABC*).

La consejera de Bienestar Social, Alicia de Miguel, inicia hoy una visita oficial a China para fortalecer la colaboración entre la Generalitat, las Entidades Colaboradoras de Adopción Internacional y la Administración de aquel país, el preferido por los valencianos para adoptar niños. China acapara más de la mitad de las solicitudes de adopción y de las adopciones constituidas en los últimos dos años. De Miguel se reunirá con representantes del Gobierno, del Centro Chino de Adopciones y de la Federación de Mujeres Chinas, así como con familias adoptivas valencianas (20-06-2005, *El País*).

Encontramos representación mediática sobre la implicación de factores políticos en la práctica de adopción internacional en ambos países. En algún sentido, esta práctica no solo involucra a los adoptados y los adoptantes, sino que se ha convertido en un tema significativo en las relaciones de China y España. El auge de la adopción confluye con el calentamiento de la relación e intercambios amistosos entre ambos países, y podemos detectar sus “huellas” en los discursos noticiosos “el viaje de Aguirre a Pekín obedece, según el protocolo a una invitación oficial del alcalde de la capital china. Wang Qishan” (16-01-2005, *ABC*). En el mismo noviembre, el presidente de China Hu Jintao también visitó a España, invitado por el Rey Juan Carlos I.

Asimismo, encontramos en *ABC* discursos que correlacionan la adopción internacional con la construcción de la imagen pública de la Casa Real. Se representa la participación y el comportamiento de miembros reales en donación a los orfanatos chinos y ayudas a los niños sin recursos en su tratamiento médico, lo cual contribuye a la imagen positiva de la Corona. Discursos como tal no los encontramos en otro medio español de investigación, *El País*. Lo entendemos como resultado de diferencias en la línea editorial de los dos medios. *ABC* ha sido definido como un periódico conservador, monárquico y católico (Pérez Blázquez, 2013) y que cuenta con una sección destinada específica a la Casa Real (Paula Veloz, 2019). Al mismo tiempo, dado el rol de los niños como protagonistas en la adopción, la aparición de la Reina adquiere su valor simbólico de “madre” que se preocupa por el pueblo. Notamos un tratamiento de lenguaje similar en los medios chinos a la hora de describir la imagen de la Reina. Allí, los niños en orfanatos con comparados como *nietos* suyos al ser adoptados por padres españoles (07-03-2003, *Sohu*).

Doña Sofía, desde la Fundación Reina Sofía, creada hace 26 años con un pequeño capital aportado personalmente por ella, se financian total o parcialmente numerosos proyectos de ayuda social y humanitaria” (10-03-03, *ABC*).

## **Parte III**

### **Capítulo II. Representación noticiosa de la Adopción Internacional China-España en medios chinos**



## 0. Introducción

Este capítulo continúa el análisis de la representación mediática de la adopción internacional China-España y sus principales participantes, pero se centra en la cobertura de los medios del país de origen (China) y el periodo de investigación es desde 2003-2020. Los dos principales focos de atención son la presentación de noticias en *Ouhua*, el mayor medio de comunicación en lengua china en España, y *Sohu*, la plataforma mediática conocida de China continental. Se inicia el análisis con las noticias chinas en 2003 en lugar de 1997, año cuando se disponen de datos públicos de las adopciones entre ambos países. Esto se debe a que en 2003 encontramos la primera noticia en el medio chino que habla sobre la incorporación de España en la protección de la infancia de los menores chinos.

Se adopta el mismo enfoque metodológico que el capítulo anterior que aborda el tratamiento informativo de los medios españoles. Es decir, se emplea la combinación de análisis cualitativos y cuantitativos con el fin de maximizar los puntos fuertes de cada método en el análisis de la representación mediática sobre adopción internacional y neutralizar sus deficiencias.

En la parte del análisis cuantitativo a largo plazo (2003-2020) de los discursos noticiosos en los medios chinos nos centramos en: (1) la cantidad de las noticias publicadas en el periodo de investigación (2) Cuáles son los temas tratados en los medios de comunicación del país de origen (China) a la hora de representar la adopción internacional entre China y España, su relevancia y evolución de temas en diferentes etapas (3) en qué categoría pertenecen los titulares chinos al representar la temática (4) cuáles son los principales actores en la representación noticiosa y quienes pueden dar a conocer sus propias voces al público.

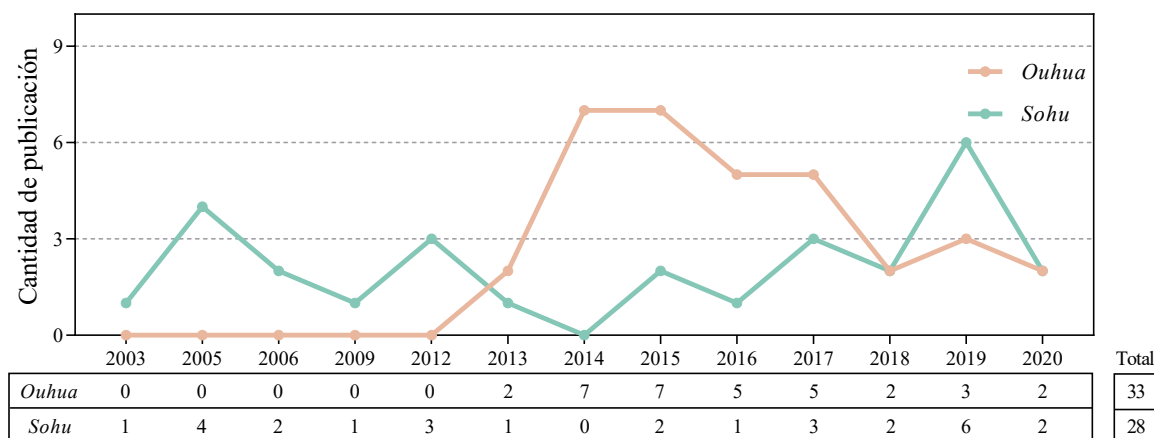
La perspectiva cualitativa dentro del método mixto nos ofrece la posibilidad de comprender (5) cuáles son las imágenes mediáticas condicionadas de los principales actores, como adoptados, padres adoptivos, las imágenes del país de origen y las imágenes del país de acogida de la adopción internacional (6) las características destacadas que se concluyen sobre la base del análisis realizado anteriormente de los contenidos noticiosos concerniente. En realidad, los contenidos que discuten sobre la selección del léxico en los titulares también forman parte del análisis cualitativo.

Para lograr una comprensión mejor el *framing* de los medios chinos a través de su selección y énfasis de temas, titulares, actores y las estrategias específicas de representación, es necesario combinar con la parte anterior de la contextualización que aborda las consecuencias socioculturales e históricas con las cuales surge el proyecto de adopción internacional en China y su evolución. Y también con la parte del análisis sobre cómo los medios chinos, entre otros, el periódico oficial el *Periódico del Pueblo*, tratan el fenómeno en general. Cabe destacar que, debido a la cantidad menos significativa de noticias en comparación con los medios españoles y la ausencia de complicaciones por no tener distintas líneas editoriales como los medios españoles, no hemos aplicado la estrategia de separar el análisis según el medio de comunicación como lo realizamos con *ABC* y *El País*.

## 1. Evolución y distribución de noticias

En términos generales, se registra una tendencia de cobertura ascendente en los medios chinos sobre la temática. Dicho fenómeno contrasta con la observación que tenemos sobre los medios españoles—una evolución descendente durante el período de la investigación longitudinal. En total, localizamos 61 noticias en *Ouhua* y *Sohu* (Figura 25). Se nota una evolución larga en alza en cuanto a la cantidad de noticias publicadas desde el 2003 hasta 2015 (Figura 44). Dicha circunstancia refleja el interés creciente de los medios chinos por el acontecimiento y sus principales protagonistas.

Figura 45. Evolución de noticias publicadas en los medios chinos 2003-2020



Fuente: Elaboración propia.

La primera noticia que encontramos fue en 2003, *Sohu* publicó una noticia sobre la visita oficial de la Reina Sofía de España al orfanato de Pekín<sup>95</sup>. Después, encontramos la noticia del 5 de octubre del 2005 con el titular “Padres extranjeros adoptan niños chinos”, que provoca una admiración de “amor sin fronteras”<sup>96</sup> en la que narran las escenas en el aeropuerto cuando los padres adoptivos van a empezar su regreso a España tras la recogida a sus hijos.

<sup>95</sup> 西班牙索菲亚王后参观北京儿童福利院侧记, 07-03-2003, *Sohu*.

<sup>96</sup> “养父母收养中国儿童热” 引叹“大爱无疆”, 10-05-2005, *Sohu*.

Siendo los años 2005, 2015, 2017 y 2019 tiempos llamativos en que se alcanzan publicaciones notables de noticias. Relacionándose con estas fechas, son las fluctuaciones de evolución de la cobertura hasta la última caída de noticias en el 2020. Los principales temas de enfoque durante el periodo y los factores de realidad implicados los comentaremos en los apartados del análisis temático.

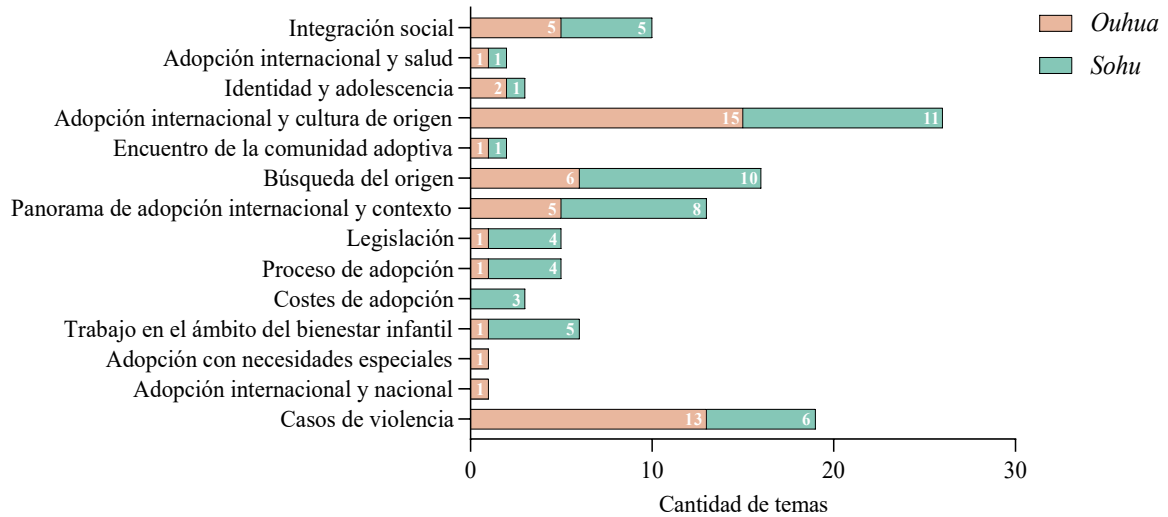
El formato y las características de los dos medios chinos también son factores que contribuyen a dicha evolución. Teniendo en cuenta que nuestra atención se centra en las noticias de la cuenta oficial de WeChat de *Ouhua*. Con respecto a *Sohu*, tiene una atención a largo plazo y de enfoques variados sobre la adopción entre China y España debido a su especialidad como plataforma de información. Gracias a ello, se permite a otros medios de comunicación nacionales transmitir y publicar noticias relacionadas.

## 2. Temas, relevancia y evolución histórica

### 2.1 Distribución y relevancia de temas *Ouhua* y *Sohu*

Encontramos que *Ouhua* y *Sohu* comparten características similares en su selección y énfasis de temas (Figura 45). Entre otros, el tema que más cobertura tiene es la “adopción internacional y cultura de origen”. Es decir, la representación de eventos relacionados con la promoción de la cultura china en España, con la participación de familias adoptivas.

Figura 46. Distribución de temas en medios chinos (*Ouhua* y *Sohu*)



Fuente: Elaboración propia.

Se constata que gran parte de las noticias en los medios chinos se construyen en torno a las “raíces” y los “orígenes” de los adoptados. Esta relevancia manifestada de temas, en mayor o menor medida, contribuyen y forman parte de la comprensión de los receptores chinos de la complejidad de la adopción internacional. Y, en particular, de los dilemas a los que pueden enfrentarse los distintos grupos sociales a la hora de construir sus identidades personales e identidades culturales. De esta forma, logran a moldear cuáles son los atributos que salen a la mente de los lectores chinos cuando piensan en esta temática y sus protagonistas.

Además, los temas como “el panorama y el contexto de la adopción internacional”, la “legislación” y el “proceso de la adopción” no constituyen los temas más relevantes en los medios de comunicación chinos. Esto mismo es una diferencia notoria con respecto a la cobertura de los medios españoles sobre la temática desde el enfoque del país de acogida. Concretamente, ellos se centran más en ofrecer informaciones contextualizadas en torno a la adopción para promover la imagen positiva del sistema de adopción chino.

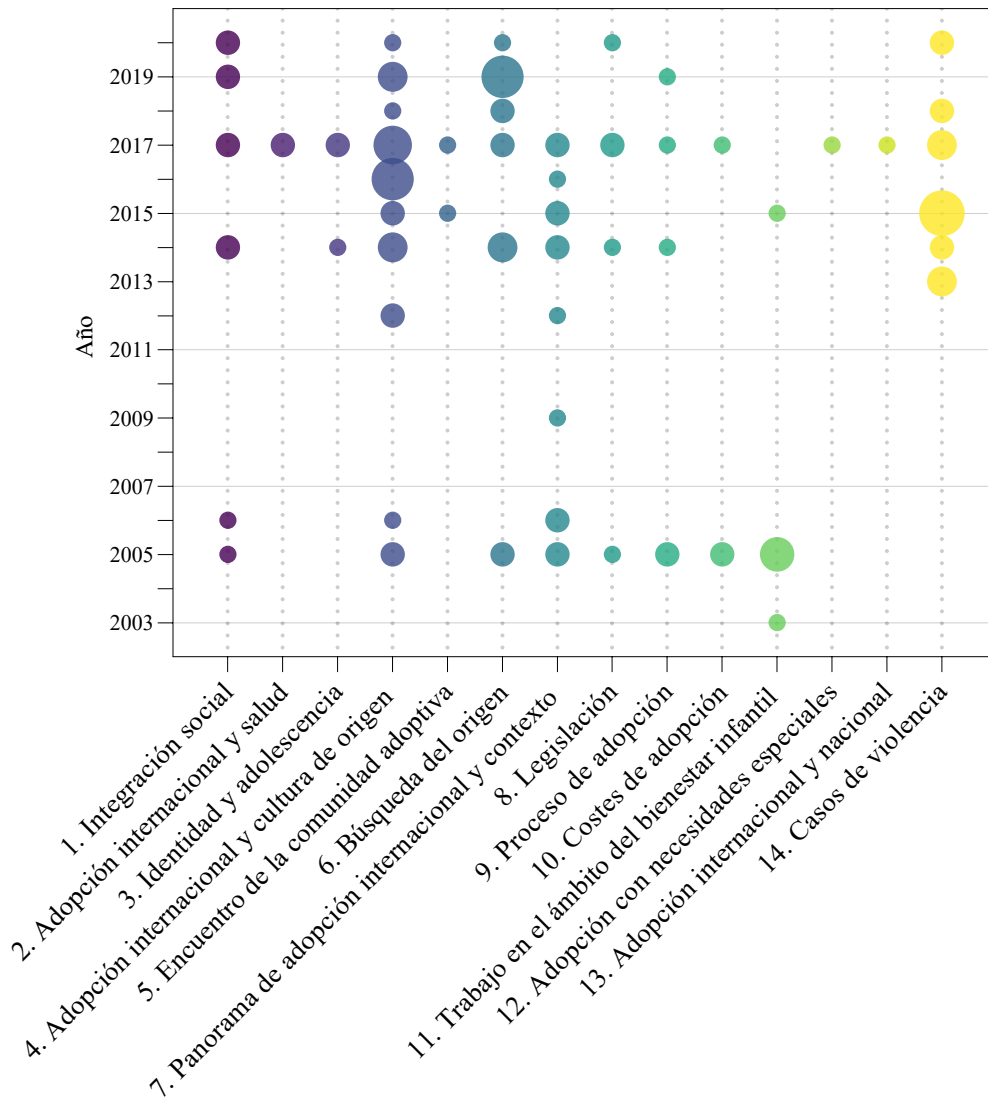
No encontramos el mismo debate en los medios chinos que en los medios españoles sobre la salud de los adoptados y la “adopción con necesidades especiales”. Se entiende que eso está relacionado con la posición de los medios de país de origen con el fin de aligerar la sensibilidad de la temática. Además del tema de los costes de adopción, tampoco encontramos el mismo peso del tema “trabajo en el bienestar infantil” como en los medios españoles. Dicha categoría abarca contenido sobre el empeño de los Organismos Acreditados para la Adopción internacional españoles.

Asimismo, hay que reconocer el peso del tema “casos de violencia” en estos dos medios. Están relacionados principalmente con el desarrollo y seguimiento del Caso Asunta, incidencia que ha causado mucho revuelo en la sociedad española y la comunidad china. De allí, también se observan otros temas que ponen en la mira la “integración social” y la seguridad de los adoptados en la sociedad de acogida. En comparación con la relevancia de los temas mencionados, se nota una baja visibilidad los temas como “adopciones internacionales” frente a las nacionales”, “las adopciones especiales” y “la salud” de los niños.

## 2.2 Evolución histórica de los temas

Se muestra una diversidad de enfoques temáticos y el perseguimiento a largo plazo a la temática por parte de los medios del país de origen. La siguiente figura (Figura 46) nos ayuda a acercarnos a la evolución longitudinal de los temas y su grado de concentración en los años correspondientes de forma más directa. En esta sección prestamos atención a la tendencia del cambio de los temas a lo largo del tiempo, y en algunos casos, adentramos en los matices transmitidos como resultado de este cambio y evolución. En términos generales, se nota una representación intensiva y temas destacados en el intervalo de 2014 a 2019 en los medios chinos.

Figura 47. Evolución longitudinal de los temas tratados en medios chinos



Fuente: Elaboración propia.

### Adopción internacional con la cultura de origen y la búsqueda del origen

La atención a estos dos temas ha centrado más en el periodo posterior a 2014, y el tamaño de las burbujas en el gráfico demuestra la alta concentración y frecuencia de dichos temas durante el periodo de tiempo del estudio. En concreto, observamos que los medios chinos hacen hincapié en el vínculo y la proximidad de los adoptados y los padres adoptivos con la cultura china, incluidos sus viajes a China para buscar a las familias

biológicas o para volver a visitar los orfanatos donde habían permanecido los adoptados. Dado el carácter editorial de los medios chinos, la alta visibilidad de los enfoques ha manifestado el interés de China por este colectivo y sus estrategias aplicadas en sentido de la construcción de su identidad cultural china.

Las noticias sobre adoptados y familias adoptivas que regresan a China para encontrar a sus familias biológicas aumentan en el intervalo de 2014-2019. Observamos patrones en cuanto al tratamiento informativo de este tema en los medios chinos, lo cual analizaremos en el apartado de los titulares. En cuanto a la cronología de estas preocupaciones temáticas, está relacionada con los ciclos vitales de los adoptados.

En la década de los 2010, los primeros adoptados de origen chino estaban entrando en la adolescencia o a punto de entrar en la edad adulta. Comprender la cultura de su país de origen promueve el desarrollo de su propia identidad cultural y es crucial para su bienestar psicológico. De allí, emergen sus intereses hacia la historia de su pasado con singularidad. Y hay casos en que se acercan más a las costumbres y lengua china por la orientación de sus padres y recomendación de instituciones chinas.

Asimismo, la publicación de noticias entorno a la “adopción internacional y cultura de origen” está estrechamente ligada a las fechas cuando caen los festivales importantes chinos. En los días como el Año Nuevo Chino y el Festival de los Faroles, que son festivales significativos que implican la reunión de la familia, es posible ver eventos organizados por asociaciones de adopción españolas con la colaboración del Centro de la Cultura China para las familias adoptivas. La cobertura mediática de estas celebraciones se ha convertido incluso en una presentación temática rutinaria en los medios de comunicación chinos con sede en España.

Teniendo presente el perfil de los usuarios de los dos medios *Ouhua* y *Sohu*, la comunidad china en España y los ciudadanos de China continental, las características discursivas de la temática en sí transmiten su propio matiz. Así pues, interpretamos que este discurso mediático ayuda a la comunidad china a comprender mejor la complejidad de la adopción internacional y los factores interculturales que pueden intervenir.

La exposición de estos temas a largo plazo constituye un canal informativo para que el público comprenda la diversidad de identidades dentro de la comunidad china. Potencia así la conexión emocional entre los miembros con los adoptados que comparten el mismo “origen”. También promueve la concienciación y el respeto de este hecho social en la sociedad española.

La búsqueda al origen implica los intentos de los adoptados para encontrarse con sus padres biológicos con el fin de confirmar la información de su nacimiento, las razones de la adopción y la cultura del lugar de origen. De esta forma se contribuye al establecimiento de una identidad sólida y autoestima saludable. Resulta valiosa la información que difunden los medios de comunicación chinos, como *Sohu*, sobre cómo todo el proceso y las vueltas que han dado las familias adoptivas en ese camino de búsqueda al origen, especialmente en el caso de que los adoptados buscan a conectar con sus familias de origen.

### Integración social, identidad y adolescencia y encuentro de la comunidad adoptiva

Los temas de “identidad y adolescencia” y el “encuentro de la comunidad adoptiva” apenas tienen aparición en la etapa inicial de la cobertura china. Empezaron a tratarse después de 2014<sup>97</sup>. Esto conecta con la trayectoria vital de los adoptados que mencionamos antes y los nuevos retos-situaciones que naturalmente traen consigo. Al mismo tiempo, encontramos cobertura mediática hacia el encuentro entre la comunidad adoptiva para hacer intercambios de experiencia y fortalecer la conexión dentro de la comunidad.

La cobertura china en torno a estos temas no es tan notable en comparación con los temas anteriores, y es influida por si aparece la citación de los discursos de los adoptados opinando sobre la experiencia en la adolescencia y las confusiones en el proceso de construcción de identidad.

Asimismo, descubrimos que los medios chinos han prestado una atención continua hacia el tema de la “integración social”, especialmente los casos de racismo que han confrontado en el entorno social si se produce algún incidente sobre el tema relacionado<sup>98</sup>. Por ejemplo, el 21 de abril de 2020 *Ouhua* informó sobre una adoptada de origen chino

---

<sup>97</sup> 西班牙中国养成长的烦恼 (西班牙语稿: La adolescencia de las niñas MeiMing), 31-05-2014, *Ouhua*. La noticia, como se indica en el titular chino, es una noticia recopilada y traducida de un reportaje del medio de comunicación español, *El País*.

<sup>98</sup> Caso de racismo de nuevo, niña española de origen chino fue amenazada por teléfono, titular original “又是种族歧视, 西籍华裔少女遭电话威胁”, 31-01-2019, *Ouhua*.

que se recuperó de Covid recibió agresiones racistas sólo por su rostro asiático<sup>99</sup>. La ocurrencia se arraiga en el contexto de que la erupción de coronavirus despierta la xenofobia en la sociedad española frente a las personas de origen chino.

### Panorama de adopción y su contexto, legislación, y proceso de adopción

Encontramos una diferencia significativa en la distribución temporal de los tres temas entre los medios del país de origen y los medios del país de acogida de adopción. En los medios de comunicación españoles, se observa que la representación hacia la evolución y tramitación de la adopción ocupa una posición clara e importante en distintos momentos de la cobertura longitudinal (sobre todo en la etapa del *boom* de adopción). Esto tiene la ventaja de proporcionar una información eficaz a los interesados en la adopción y de promover la adopción en China.

Cabe destacar que a pesar de que en los medios chinos se detectan estos temas centrados en los años 2005 a 2017, pero su contenido no es suficientemente exhaustivo. Concretamente, notamos que el enfoque sobre la evolución, así como el contexto en los medios chinos se relaciona más con el declive y la tendencia a la desaparición de la adopción entre ambos países<sup>100</sup>. Dicho selección y énfasis en la representación temática pone de manifiesto distintas estrategias del *framing* que son aplicadas en los medios chinos y españoles.

### Casos de violencia

Otro fenómeno digno de mención es la aparición de temas relacionados con los casos de violencia en los medios de comunicación chinos según nuestros criterios de búsqueda. En ellos predomina la amplia cobertura del caso de los casos de violencia, sobre todo el seguimiento, la publicación de los detalles del juicio del Caso de Asunta. Esto puede deducirse de la concentración de temas a partir de 2013 hasta el 2020. La razón por

---

<sup>99</sup> “Chica adoptada de origen chino curada del contagio: sufre racismo sólo por su rostro asiático”, titular original “被收养华裔女孩感染后痊愈:只因亚洲面孔受到种族主义侵害”, ha sido una noticia traducida en chino desde un reportaje de *La Vanguardia* según la explicación de fuente de la noticia china.

<sup>100</sup> “La adopción española de niños chinos puede pasar a la historia”, titular original “西班牙人领养中国孩子或将成为历史”, 03-03-2017, *Ouhua*.

la que encontramos tantas noticias relevantes es que mencionan la condición de adopción de la víctima y su procedencia de China.

Los medios chinos expresaron su indignación por los hechos y su tristeza por lo sucedido a los protagonistas tratándoles como miembros de la comunidad china en España. La atención de los medios de comunicación hacia este tema puede incitar a los gobiernos, las fuerzas del orden y las asociaciones competentes a tomar medidas para garantizar los derechos y la seguridad de los adoptados.

La cobertura mediática puede arrojar luz sobre los posibles problemas de la adopción internacional y sensibilizar a la opinión pública sobre la seguridad personal de los adoptados. Sin embargo, en nuestro caso, la audiencia principal y el alcance de influencia de los dos medios de comunicación chinos no es la sociedad de acogida de adopción. Su mayor atención a estos sucesos se debe más a su conexión emocional con los adoptados de origen chino y a su defensa de los derechos de los miembros de la comunidad china de ultramar.

### 3. Titulares de los medios chinos

El análisis de este apartado nos arrojó un total de 61 titulares de las noticias recopiladas en los dos medios de comunicación chinos sobre la Adopción Internacional China en España.

| Medios de Comunicación | <i>Sohu</i> | <i>Ouhua</i> |
|------------------------|-------------|--------------|
| Cantidad               | n=28        | n=33         |

En esta parte nos centramos en las tipologías de los titulares sobre el *issue* enfocado, el léxico utilizado en los titulares que se asocian con puntos de vistas de los medios de comunicación o son evocadores que puedan suscitar emociones entre los lectores. Asimismo, se procede a un análisis cualitativo en cuanto a las formas de redacción de los mismos titulares como huellas del *framing*.

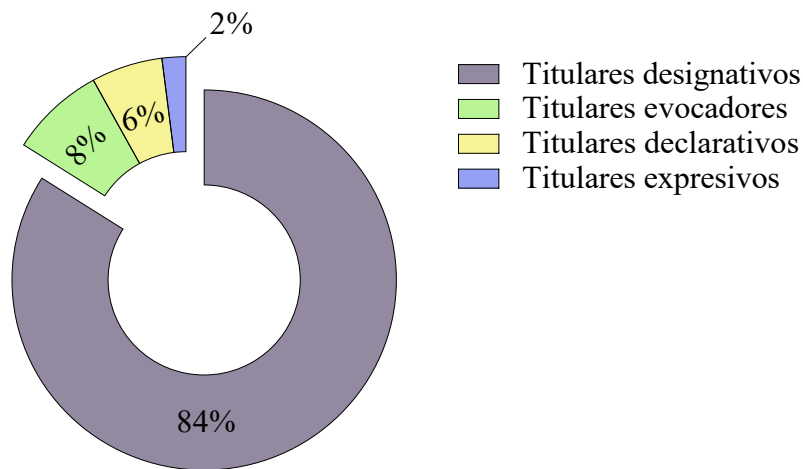
Para los lectores chinos —bien los que tienen contacto con los medios convencionales que tienen sede en China continental (*Sohu*), o bien los que forman parte de la comunidad china en España que pueden acceder la información en los medios chinos en España (*Ouhua*) y los medios españoles— los titulares de las noticias son los que les dan la primera impresión y conocimiento sobre la Adopción Internacional entre China y España.

Además, los medios de comunicación configuran el interés del público en el tema de la adopción hasta cierto punto, y los titulares de las noticias pueden tener un impacto en la atención que el público presta a la cuestión y en cómo se caracteriza el tema, incluso influyendo en los pensamientos de aquellos que podrían adoptar este enfoque para la formación de la familia (Jacobson, 2004; Morton y Shlton, 2019).

#### 3.1 Distribución de titulares según funciones comunicativas

De los 61 titulares analizados en este apartado, se registran 51 titulares designativos que ocupan un 84% de la totalidad, seguidos por los 5 titulares evocadores (8%), 4 titulares declarativos (6%), y un titular expresivo. A continuación, se despliegan explicaciones más detalladas sobre las características detectadas en los titulares examinados.

Figura 48. Distribución de titulares en los medios chinos



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 17. Distribución numérica de los titulares en medios chinos (*Ouhua* y *Sohu*)

|              | Titular designativo | Titular declarativo | Titular evocador | Titular expresivo |
|--------------|---------------------|---------------------|------------------|-------------------|
| <i>Sohu</i>  | 23                  | 4                   | 1                | 0                 |
| <i>Ouhua</i> | 28                  | 0                   | 4                | 1                 |
| Total        | 51                  | 4                   | 5                | 1                 |

Fuente: Elaboración propia.

### 3.2 Titulares designativos

Los titulares designativos detectados son los que informan y designan hechos (en la mayoría de los casos, sin connotaciones) relacionados con la adopción internacional entre China y España. Resaltan los datos relevantes en las noticias, generalmente los relacionados con la actualidad y de sucesos. Más abajo expondremos ejemplos con los titulares designativos y los temas principales que les corresponden (Tabla 18). Se observa que todos los titulares designativos que informan sobre la “búsqueda del origen” provienen del mismo medio de comunicación: *Sohu*. Concretamente, hablan sobre el viaje de la familia adoptiva a China para encontrar las familias biológicas o visitar su orfanato. Eso se debe a que este mismo medio otorga la posibilidad de compartir con otros medios de

comunicación chinos cualificados, tanto locales como nacionales, y crean cuentas oficiales en su plataforma y publiquen sus artículos. Así pues, se encuentran diversas historias publicadas por los periódicos o medios informativos de los lugares donde nacieron los adoptados.

Tabla 18. Ejemplos de titulares designativos en medios chinos

| Temas   | Titular original en chino      | Titular traducido en español  | Fecha                 |
|---|--------------------------------|---|-----------------------|
| El panorama y el contexto de evolución de la adopción | 西班牙去年从外国领养5千多儿童 半数来自中国         | España adoptó más de 5.000 niños en el extranjero el año pasado, la mitad de ellos provienen de China.  | 24-07-2006<br>(Sohu)  |
|   | 西班牙人领养中国孩子数量逐年降 或将成为历史         | El número de niños chinos adoptados por españoles desciende año tras año y puede pasar a la historia.   | 06-03-2017<br>(Ouhua) |
| Casos de violencia                                    | 西班牙被害中国女童养父母遭逮捕疑为真凶            | Detenidos como presuntos culpables los padres de acogida de la niña china asesinada en España   | 28-09-2013<br>(Ouhua) |
|   | 西班牙离异夫妇杀害华裔养女被判罪               | Condenada una pareja española divorciada por matar a su hija adoptiva de origen chino.  | 31-10-2015<br>(Ouhua) |
| Búsqueda de origen                                    | 1岁在桂平被西班牙父母领养, 14岁的她回到桂平寻亲     | Adoptada por padres españoles en Guiping cuando tenía un año, regresa a Guiping a los 14 años para encontrar a su familia biológica.                                      | 07-07-2019,<br>(Sohu) |
|   | 22岁西班牙女孩来苏寻亲, 出生在常熟, 流落街头曾遇好心人 | Una joven española de 22 años, nacida en Changshu, vino a Suzhou a buscar a sus familiares y se encontró con una persona de buen corazón cuando vagabundeaba en la calle. | 31-05-2019,<br>(Sohu) |
| Conexión con la cultura de origen                     | 中国文化中心与AKUNA联合举办“欢乐春节”活动       | El Centro Cultural de China y AKUNA organizan conjuntamente el acto “Feliz Año Nuevo Chino”.  | 16-01-2017<br>(Ouhua) |

Fuente: Elaboración propia.

Asimismo, se detecta un patrón de redacción en los titulares relacionados con este tema. Se mencionan con detalle las informaciones personales de los adoptados (edad, lugar de nacimiento), y casi siempre marca su estado anterior *triste* y en el presente *feliz* como comparación y se pone el énfasis en ello (véase en la tabla anterior). De esta forma, se resaltan las informaciones relevantes del protagonista e indican su deseo de buscar a sus familiares biológicos para conocer el pasado de los adoptadas. En estos casos, las adoptadas son las protagonistas y los agentes de las acciones, a pesar de que también presentan roles pasivos en las descripciones de “ser abandonada” (被抛弃) y “ser adoptada” (被领养).

Los titulares de las noticias se utilizan a menudo de diferentes maneras para encajar los esquemas interpretativos de los lectores y atraer su atención, provocando así su interés por seguir leyendo. Encontramos una homogeneidad en el estilo de los titulares chinos sobre el tema de la búsqueda de familiares. Hay una descripción detallada de este evento informativo, que son los llamados “titulares narrativos” en chino.

Los titulares narrativos presentan la noticia al lector de forma narrada, dando al titular un cierto sentido de realidad, que pretende reproducir un proceso completo de forma condensada. Muestran un desarrollo lineal de los acontecimientos, con escenas, personajes, detalles, incluyendo el proceso y su desarrollo (Wang y Chen, 2015). Este tipo de codificación responde a las necesidades de los lectores en cuanto a la captura de los mensajes con más detalles de la noticia (véase ejemplos en Tabla 18).

La diferencia entre los titulares narrativos y los no narrativos en el lenguaje chino consiste en que los titulares “no narrativos” presentan una introducción al contenido principal del evento, mientras que los titulares “narrativos” son una descripción detallada del evento noticioso. De esta forma, el texto periodístico se convierte más atractivo e impactante, al dejar a los lectores se sientan inmersos en el acontecimiento, lo que también supone que este tipo de titulares ocupa espacio más grande. Los titulares son considerados como los “ojos” de las noticias y que generalmente son presentados con lenguaje preciso y corto. Hoy en día, se ha pasado de “los titulares como ojos del artículo<sup>101</sup>” (題

---

<sup>101</sup> El “ojo” del texto (文眼 en chino), es un término y único sobre la redacción de artículos en China. Se refiere a las palabras y frases clave de un texto que mejor revelan la idea principal y abarcan el contenido. El “ojo” del texto suele establecer el tono del artículo, además de determinar la idea principal del mismo. Para las personas, los ojos son las “ventanas del alma”, y para la escritura, también son los “ojos del escritor”.

为文眼) a la “era de solo leer los titulares”, en este contexto han proliferado los titulares narrativos.

### 3.2.1 Selección léxica en los titulares designativos

Las descripciones en los discursos noticiosos reflejan diferentes versiones de la realidad social en la negociación de los significados simbólicos. A pesar de que la mayoría de los titulares designativos sobre la temática en los medios chinos no tienen connotaciones específicas, identificamos diferentes matices en los significados en chino por la selección de léxica en los titulares (lo analizamos en la siguiente parte). Según van Dijk (2005a) “cuando hay opciones de lexicalización, escoger una palabra en vez de otra a menudo responde a razones contextuales, como las opiniones del hablante sobre una persona, un grupo o sus acciones” (p.41).

A través del uso de algunas elecciones léxicas, se está generando una visión determinada sobre los eventos de las noticias y sus protagonistas por parte de los profesionales y los medios de comunicación; el examen sobre ellas nos da posibilidades de aproximarnos a las actitudes de los medios chinos hacia el tema de la adopción, en concreto, hacia la adopción realizada entre China (país de origen) y España (país de recepción) y sus participantes. Se puede considerar las expresiones léxicas tendenciosas como huellas de los encuadres potenciales insertados en los textos mediáticos chinos.

### 3.2.2 La designación de los adoptados en los titulares designativos

En los titulares designativos encontramos diferentes formas expresivas con respecto a la designación de los adoptados, utilizamos los ejemplos extraídos del medio chino en España, *Ouhua*. A continuación, explicaremos las variaciones recogidas en la tabla siguiente dado su interés expresivo o emocional para referirse a los adoptados.

La diversidad de formas de designación o de nombrar muestra la evolución en la comprensión y percepción de este colectivo por parte de los medios de comunicación chinos en España (Tabla 19). Al ser uno de los primeros medios de comunicación chinos establecidos en España, *Ouhua* tienen la ventaja natural de estar cerca de los eventos

relacionados con la adopción china en España. Cuenta con la interacción con los principales medios de comunicación españoles, así como el acceso a información de primera mano. De esta forma, da oportunidad a los lectores de la comunidad china en España a comprender el proceso de construcción de identidad de los adoptados, su ciclo vital y el entorno que les rodea de una forma multidimensional.

Tabla 19. Designación a los adoptados en los titulares

| Definición original en chino | Traducción en español           |
|------------------------------|---------------------------------|
| 中国儿童                         | Niños chinos                    |
| 中国养女                         | Hijas chinas adoptadas          |
| 华裔收养女童                       | Niñas adoptadas de origen chino |
| 西籍华裔少女                       | Chica española de origen chino  |

Fuente: Elaboración propia.

El cambio de la designación desde “los niños chinos” (中国儿童) a “chica española de origen chino” (西籍华裔少女) conlleva connotaciones ideológicas y culturales. Son insertadas en el uso del lenguaje chino por su anotación en el “origen” y la “nacionalidad” de los adoptados. La primera designación subraya el vínculo inseparable entre los niños adoptados y la nación China, así como el reconocimiento tácito continuo de su identidad como parte de la población china (etno-nacional). La atención de la segunda designación 西籍华裔 se centra en su vínculo con la etnia y cultura china (etno-cultural) y al mismo tiempo legaliza su identidad como ciudadano de España (西籍: nacionalidad española).

En los estudios sobre los chinos en el extranjero o la diáspora china existen definiciones claras de *chinos étnicos* (华人<sup>102</sup>, *Ethnic Chinese*) y *chinos ultramarinos* (华

---

<sup>102</sup> También hay casos en que se usan 华人 y 华裔 indistintamente, como los ejemplos en los que han aparecido el término 华裔. Los 华裔 en el contexto moderno son las personas de origen chino residentes en el extranjero que han adquirido una nacionalidad distinta de la china y los que nacieron en el extranjero y tienen una nacionalidad extranjera según las leyes de su país de nacimiento. Esto significa que legalmente ya no son ciudadanos chinos. Sin embargo, son descendientes chinos.

侨<sup>103</sup>, *Overseas Chinese*), aunque a menudo se utilizan ambiguamente. *Chinos ultramarinos* (华侨) se refieren a los chinos que viven en el extranjero y que se rigen por el sistema legislativo de la República Popular China. Aquí “chinos” se refiere a su situación civil desde el nivel político, jurídico o administrativo, es decir, a su ciudadanía. *Chinos étnicos* (华人) se refiere entonces a las personas de origen chino que han adquirido la nacionalidad extranjera y que no están sujetos a la legislación china, donde el “chino” (华<sup>104</sup>) es más bien un atributo cultural que enfoca en su etnicidad o su vínculo con la etnia china como su descendencia (Wu, 2014). De esta forma se distingue así entre el “origen” y la “nacionalidad”.

El concepto de diáspora china, aunque a veces sea vago en la práctica, se ha convertido en un término arraigado en el lenguaje chino. Los medios de comunicación y los lectores chinos comprenden a los adoptados de origen chino en el extranjero dentro de este marco y suposición, cabe destacar que esta comprensión es evolutiva a medida del crecimiento de este colectivo y el desarrollo del contexto sociocultural.

Uno de los retos a los que se enfrentarán estos niños cuando crezcan es el trato que reciben de los ciudadanos chinos cuando visitan a China o cómo les tratan la comunidad china en su país de residencia. Promover una definición bien concretada hacia los adoptados de origen chino desde una perspectiva evolutiva resulta importante de cara a condicionar un marco interpretativo oportuno entre la población china y chinos en el ultramar, alimentando así sus conocimientos hacia ellos por si algún día vuelvan a China para viajar, estudiar o trabajar.

Así pues, tanto los ciudadanos del país de acogida como del país de nacimiento, deberíamos comprender y respetar mejor las identidades de estos niños y no juzgarlos o diferenciarlos a través de términos esencialistas o etiquetas, sino intentar a comprender y respetar las singularidades de sus experiencias. Tal como expresa Key Ann Johnson (2005) su espera con respecto a una comprensión mejor pública sobre la identidad de los adoptados de origen chino:

---

<sup>103</sup> El carácter chino “侨” significa “residir temporalmente” o “ser huésped” de un lugar.

<sup>104</sup> “Hua” (华) es el nombre antiguo de China, y “华人” se refería a los chinos de la etnia Han antes del siglo XX. Desde el siglo XX, se refiere en un sentido más amplio, a los que están culturalmente integrados con la cultura china Han.

No juzgados en términos de cuánto “chino” o cuánto “estadounidense” son, ni estereotipados como personas con “piel amarilla y corazón blanco”. Estos niños han cruzado fronteras geográficas y culturales, han crecido con sus familias en Estados Unidos y Europa, desarrollando identidades únicas que deben ser valoradas y comprendidas por quienes son y cómo son, como adoptados chinos estadounidenses. Espero que estos niños encuentren plena aceptación y respeto por quienes son en ambos lados del Atlántico (Traducción propia, p.3<sup>105</sup>).

A raíz de estas consideraciones, el cambio que tratamos anteriormente constituye una comprensión humanitaria sobre la identidad de los niños adoptados de origen chino en España desde la dimensión étnica y cultural. Este giro está en consonancia con el contexto de la globalización, que se caracteriza por el multiculturalismo y una identidad personal pluralista e híbrida. La especificación sobre la nacionalidad española de los adoptados refleja la construcción mediática dinámica sobre sus identidades con una orientación sobre la nueva ciudadanía en el contexto de globalización.

El lenguaje de los medios de comunicación ofrece al lector una perspectiva particular de percibir el mundo, que forma parte del proceso de construcción social hacia la identidad de los adoptados de origen chino en España desde el nivel discursivo. Los contenidos que los lectores de la comunidad china en España acceden ayudan a proyectar sus percepciones hacia a este grupo y orientar sus posteriores interacciones sociales con ellos.

Esta transformación discursiva es un reflejo del desarrollo cognitivo de los profesionales de los medios de comunicación condicionados por los cambios políticos, económicos y sociales en China. El cuidado cultural hacia la diáspora china es por lo tanto un ajuste oportuno y un proceso inevitable teniendo en cuenta el desarrollo de la comunidad china en el extranjero en la era de la globalización. Y en nuestro caso, este cambio ideológico viene impregnando la producción de los contenidos mediáticos.

---

<sup>105</sup> Texto original en inglés: Not judged in terms of how “Chinese” or how “American” they are or stereotyped as people with “yellow skin and a white heart.” Having crossed geographical and cultural borders they have grown up with their families in the US and Europe developing unique identities that should be valued and understood for who and what they are as adopted Chinese Americans. It is my hope that these children will find full acceptance and respect for who they are on both sides of the Atlantic.

### 3.2.3 Otros usos léxicos en los titulares designativos

Encontramos en los titulares de los medios chinos otras selecciones léxicas que transmiten significados sutiles en la producción de sentidos sobre la temática (Tabla 20). Por un lado, estas selecciones y énfasis dan cuenta actitudes de los profesionales ante el tema como en los ejemplos que hemos comentado anteriormente, por el otro, condicionan la interpretación de los lectores sobre la temática de determinada manera.

Tabla 20. Otros usos léxicos en los titulares designativos en medios chinos

| Titular original              | Titular traducido en español   | Fecha                |
|-------------------------------|--|----------------------|
| 根在中国—西班牙母亲带中国养女重游故地           | <i>Raíces en China - Una madre española se lleva a su hija adoptiva china a su tierra natal.</i>   | 12-09-2005<br>(Sohu) |
| 盼不丢文化传统 马德里被领养中国儿童免费学中文       | <i>Deseando no perder las tradiciones culturales, los niños chinos adoptados en Madrid aprenden chino gratis.</i>  | 08-07-2012<br>(Sohu) |
| 大爱寻根 温暖回家—西班牙籍中国女孩回娄底市社会福利院寻根 | <i>Gran amor en busca de raíces, un cálido regreso a casa – Niña española de origen chino vuelve al Instituto de Bienestar Social de la ciudad de Loudí en búsqueda de sus raíces.</i> | 07-01-2020<br>(Sohu) |

Fuente: Elaboración propia.

Los tres titulares de noticias que vemos están todos relacionados con los temas de la “conexión con la cultura del origen” y la “búsqueda de origen”. Descubrimos que algunos términos elegidos en chino refuerzan los marcos afectivos e interpretativos de los mensajes, como: *raíces*, *deseando*, *gran amor*, *cálido regreso a casa*. Cumplen de esta forma las funciones del *framing* propuestas por Entman (1993), entre ellas, evaluación moral y definición del problema. La selección de vocabulario destaca los principales acontecimientos de la noticia, como la búsqueda de raíces y la comprensión de los padres adoptivos hacia el deseo de los adoptados para conocer la historia de su pasado y el origen, con el fin de evocar resonancia emocional en el lector.

“Raíces en China” (根在中国) subraya la conexión de la adoptada con su país de origen, China, y configura su identidad mediática. “Madre española lleva a su hija adoptiva china a su tierra natal” indica el contexto de la historia a través de la definición de la

relación entre las dos protagonistas. Se releva el apoyo de los padres adoptivos españoles a que la adoptada regrese a su país de origen para conocer su pasado.

El léxico “deseando” (盼) expresa la actitud de los padres adoptivos junto con los niños por conectar con la cultura china, lo cual ayuda a mostrar la “confianza cultural china”, que ha sido parte de la política de propaganda de China al exterior. El tema de aprender chino y los intentos que han hecho las familias adoptivas por tener esta conexión con el país de origen de sus hijos aparecen en los medios chinos porque en el fondo corresponde al giro hacia el cuidado cultural por parte de China hacia la diáspora china en el extranjero. En vez de enfocar en las contribuciones económicas que han hecho, ahora presta atención en construir lazos a través de fomentar su vínculo con la cultura china, y dentro de ella, aprender a hablar chino desempeña un papel importante y casi fundamental.

“Gran amor en busca de raíces, un cálido regreso a casa” (大爱寻根 温暖回家). En la construcción de los medios chinos sobre la temática de la adopción china con los países extranjeros, el carácter chino “根” (raíz) tiene una aparición por excelencia. También ha sido la ideología y concepto alrededor de los cuales se despliega el tratamiento informático, resaltando la conexión entre los adoptados con China. Este titular, pone de relieve el deseo de la adoptada para acercarse a sus propias raíces, así como el amor encontrado en el proceso. “Cálido regreso a casa” (温暖回家) transmite un sentimiento de pertenencia, ya que la protagonista encuentra un sentimiento de hogar tras volver al orfanato donde había permanecido.

### 3.3 Titulares declarativos

A pesar de que los titulares declarativos (6%) y titulares expresivos (2%) no ocupan lugar destacado en cuanto a su porcentaje. Los prestamos atención por que suelen transmitir actitudes y opiniones que tienen los medios frente a los eventos narrados y sus protagonistas en las noticias. Los titulares declarativos utilizan los discursos de los protagonistas aludiendo al acto de habla a través de la cita directa, cita indirecta o se hace una interpretación general.

Los titulares declarativos detectados se caracterizan con la marca de citación “:” para introducir los discursos de los actores o interpretación general de los profesionales

sobre la base de sus discursos. Notamos que la distribución de los actores de los discursos, es decir “quién habla”, se presenta de forma equilibrada en los titulares, puesto que se han presentado actos de habla de las familias adoptivas españolas, la institución del país de origen (Centro Cultural de China en Madrid), y el país de recepción (España).

Tabla. Titulares declarativos en los medios chinos

| Titular original        | Titular traducido en español   | Fecha y medio                 |
|-------------------------|--|-------------------------------|
| “洋父母收养中国儿童热”引叹“大爱无疆”    | “La adopción de niños chinos por padres extranjeros” provoca admiración de “amor sin fronteras”. | 10-05-2005<br>( <i>Sohu</i> ) |
| 西班牙: 中国孩子是从天而降的礼物       | España: los niños chinos son un regalo del cielo   | 20-10-2005<br>( <i>Sohu</i> ) |
| 西班牙领养中国儿童家庭: “我们和中国是亲戚” | Familias españolas que adoptan niños chinos: “somos parientes de China                           | 21-11-2006<br>( <i>Sohu</i> ) |
| 马德里中国文化中心: 寻根之旅让他们更加亲近了 | Centro Cultural de China en Madrid: el viaje de búsqueda de raíz les acerca                      | 7-12-2017<br>( <i>Sohu</i> )  |

Fuente: Elaboración propia.

Se representa que las familias españolas se sientan cercanas —“como parientes”— con China por la acción de adopción internacional, al mismo tiempo se enfatiza que los niños chinos son encantadores en el país de recepción, como “regalos del cielo” para los españoles. Desde el nivel discursivo, encontramos usos del lenguaje figurado en los titulares noticiosos como uno de sus rasgos característicos, llama atención y cautivan valores en los lectores (Zorrilla Barroso, 1996). Así, se condiciona la impresión natural en los lectores de que los niños chinos van a ser muy bien cuidados en España puesto que los españoles les tratan como “regalos”.

En la práctica, la representación mediática sobre el deseo de conexión con China por parte de las familias adoptivas extranjeras no solo se encuentra en las noticias relacionadas con la adopción internacional China-España, sino ha formado parte de la agenda

y el encuadre mediático chino al tratar el tema de la adopción internacional en general. La adopción internacional suele ser descrita en los discursos de las familias adoptivas como un *punte* que ha conectado además de la familia adoptiva y los adoptados, también a China con el país de recepción. En nuestro caso, España: “el vínculo entre los niños chinos y sus padres españoles es como un hermoso arco iris que une la gran amistad entre los dos pueblos” (*Agencia de Noticias Chinas*, 21-11-2006).

Asimismo, desde el enfoque del país de origen como protagonista del enunciado, encontramos por un lado su atención hacia el crecimiento e integración social de los adoptados en el país de acogida, por el otro lado su voluntad de fomentar su vínculo con la cultura china a través de las actividades o celebraciones culturales. Además, los medios han plasmado la práctica de la adopción como una demostración de “amor sin fronteras”.

### 3.4 Titulares expresivos

Los titulares expresivos, según Zorrilla Borroso (1996), abarcan los que “contienen opiniones, puntos de vista o valoraciones que hace el periodista, en tanto que comunicador, sobre la noticia cuyo texto periodístico encabeza”, además, “queda patente una toma de posición por parte del periodista o del propio periódico, bien porque la hace clara y expresa, sin disimular, bien mediante insinuaciones menos directas” (p.165).

El titular detectado que cumple estas características proviene de la opinión del editorial del medio chino en España, *Ouhua*. “China debería darles las gracias” (中国应该感谢你们, 23-02-2016a). El titular procede del final de una entrevista con una escuela del idioma chino y su presidente, también padre que ha adoptado a un niño de origen chino. La periodista comenta “por último, a las familias españolas que han adoptado a niños chinos, a los padres de estos niños, y a nuestros amigos españoles amantes de la cultura china, quiero decirles: China no os ha olvidado, y debería agradecerlos por vuestro gran amor desinteresado”.<sup>106</sup>

---

<sup>106</sup> El texto original en chino: 最后, 在此对那些领养中国孩子的西班牙家庭以及这些孩子的父母, 还有热爱中国文化的西班牙朋友们道一声: 对你们博大无私的爱, 中国没有忘记你们, 中国应该感谢你们!

A pesar de que otro medio chino en España, *Eulam* (欧浪), no ha sido el principal objeto de nuestro estudio, en la fase de recopilación de información encontramos muchos titulares expresivos en el medio. Tiene que ver con las opiniones del periodista sobre las incidencias en la adopción, concretamente, el Caso Asunta, y hacen críticas sobre el sistema de adopción en China a raíz de este caso (01-10-2013, *Eulam*: “La vida miserable de la niña china de 12 años hace que se cuestione el sistema de adopción de China”<sup>107</sup>).

Se utilizan en los titulares signos de interrogación como enganche en la lectura, para despertar interés en los lectores (23-10-2013, *Eulam*: “¿se convertirá el Caso Asunta en otro caso chino sin solución?”<sup>108</sup>), y surgen comentarios reflexivos para llamar la atención y evocar simpatía en la comunidad china en España (21-10-15, *Eulam*, “Editorial: por qué no hay rostros chinos en el juicio del Caso de la “niña china Asunta”<sup>109</sup>), así, está claro que la comunidad china en España se identifica con los adoptados de origen chino y los ven realmente como miembros de la comunidad, se preocupan por su bienestar y están conectados emocionalmente con ellos.

### 3.5 Titulares evocadores

Comprobamos que los titulares evocadores de los medios chinos (*Ouahua* y *Sohu*) también se vinculan con el Caso Asunta (Tabla 21). Los titulares mostrados en la tabla se clasificaron en esta categoría la aparición de la intriga en el juego de palabras, “El caso controvertido sin precedentes” (史无前例), así como enganche informativo establecido para atraer a los lectores. Por ejemplo, en cuatro casos se construye el titular de forma interrogativa. “¿Se cierra el caso del asesinato de la niña china adoptada?”, aquí se intenta captar el interés del lector sobre el suceso mediante una pregunta retórica para que siga leyendo, sin revelar detalles concretos sobre el seguimiento del caso.

---

<sup>107</sup> Titular original en chino: 欧浪时评: 苦命的12岁中国女孩拷问中国收养制度 (01-10-2013, *Eulam*).

<sup>108</sup> Titular original en chino: 欧浪时评: 中国女孩阿颂塔是否又会成为一桩华人无头案? (23-10-2013, *Eulam*).

<sup>109</sup> Titular original en chino: 时评: 中国女孩阿颂塔”案的庭审中为何没有旅西华人面孔 (21-10-2015, *Eulam*).

Tabla 21. Titulares evocadores en medios chinos (*Ouhua* y *Sohu*)

| Titular original                               | Titular traducido en español   | Fecha                          |
|--|--|--------------------------------|
| 中国领养女孩被杀案侦结完毕?                                 | ¿Se cierra el caso del asesinato de la niña china adoptada?  | 30-06-2014<br>( <i>Ouhua</i> ) |
| 西班牙史无前例的疑案再引关注                                 | El caso controvertido sin precedentes de España llama de nuevo la atención.  | 30-04-2015<br>( <i>Ouhua</i> ) |
| Asunta 的养父母到底是恶魔还是亲人                           | ¿Son los padres adoptivos de Asunta malvados o familiares?   | 10-10-2015<br>( <i>Ouhua</i> ) |
| 阿颂达，一个失败婚姻的无辜牺牲品？与西班牙资深庭审记者谈华裔养女被杀案            | Asunta, ¿víctima inocente de un matrimonio fracasado? Entrevista con un veterano reportero español de juicios sobre el asesinato de una hija adoptiva de origen chino. | 04-11-2015<br>( <i>Ouhua</i> ) |
| 中国女孩 Asunta 被害 7 年后，她的西班牙养母在狱中自杀，多年前的秘密何时才能揭晓？ | Siete años después del asesinato de la niña china Asunta, su madre adoptiva española se suicida en la cárcel: ¿cuándo se desvelarán los secretos de hace años?         | 25-11-2020<br>( <i>Sohu</i> )  |

Fuente: Elaboración propia.

### 3.6 Titulares y números de clics en medios chinos

Al examinar los titulares de las noticias, descubrimos que, en las cuentas oficiales de WeChat de los dos medios chinos en España, *Ouhua* y *Eulam*, se puede consultar el número de clics de los lectores en la página de cada uno de sus artículos noticiosos. De esta manera, nos ofrece la oportunidad de examinar los efectos mediáticos, adentrándonos en la correlación entre las categorías de titulares de las noticias y la atención de la audiencia. Al mismo tiempo, hay que señalar aquí que no hemos incluido el factor de la posición en que se ubica la noticia cuando se actualiza. Aunque el incremento del número de suscriptores puede haber provocado un aumento del número de clics en noticias, los titulares que seleccionamos como ejemplos son destacados en cuanto a su número de visitas en comparación con los demás.

En la era de la difusión electrónica de la información, el público suele estar expuesto a los titulares antes de hacer clic para leer la noticia. Además del interés de los lectores por el tema del que tratan, la configuración de los titulares es un paso importante para aumentar los efectos posteriores del contenido. Al observar los titulares con mayor número de visitas, comprobamos que los usuarios registrados en *Ouhua* y *Eulam* están más interesados en las noticias de actualidad relacionadas con los adoptados en el marco global de la adopción internacional, especialmente en el seguimiento del Caso de Asunta<sup>110</sup>, al mismo tiempo, la noticia con más visitas es la relacionada con la historia y el panorama y evolución de la adopción internacional China-España<sup>111</sup>. Esto demuestra que existe un interés general entre la comunidad china en España sobre la adopción internacional, así como un gran interés por el crecimiento e integración social de los adoptados<sup>112</sup>.

En cuanto a la relación entre el número de visitas y las características de los titulares, resulta que las noticias con más clics por parte de los lectores de la comunidad china sobre el *issue* no suelen ser los que provoquen la mayor evocación con sus titulares evocadores o por las estrategias discursivas que utilizan. No encontramos, en este sentido, muchos ejemplos que provoquen especialmente la evocación y hayan conseguido más visitas, salvo uno: “se levantan sospechas sobre el caso sin antecedentes en España (30-04-2015, *Ouhua*, con 3.623 visitas). Asimismo, en los foros en la parte inferior a las noticias, se presentan las dudas o comentarios de la comunidad china en España sobre temas relacionados como “¿Por qué a los españoles les gusta adoptar niños chinos?”, además, algunos de ellos comparten sus propias experiencias, expresando su admiración por los

---

<sup>110</sup> Noticia en *Ouhua* (31-10-2015): Condenan a una pareja divorciada por matar a su hija adoptiva de origen chino en España, con 3644 visitas. Titular original en chino: 西班牙离异夫妇杀害华裔养女被判罪

Noticia en *Eulam* (02-10-2015): Informe sobre la audiencia judicial del Caso de Asunta, una chica adoptada de origen chino, con 3548 visitas. Titular original en chino: 西班牙中国女孩“阿颂达谋杀案”庭审专题

<sup>111</sup> Noticia en *Ouhua* (03-03-2017): La adopción de niños chinos por parte de españoles puede pasar a la historia, con 6289 visitas. Titular original en chino: 西班牙人领养中国孩子或将成为历史

<sup>112</sup> Noticia en *Eulam* (27-03-2019): Una niña adoptada de origen chino ahora quiere encontrar a una persona cercana a cuando estaba en China en Madrid, con 3206 visitas. Titular original en chino: 华人儿童被收养长大如今马德里寻亲

padres adoptivos españoles: “el 12% de mis alumnos chinos son niños adoptados de origen chino, y en mi opinión son sanos e inteligentes, eso es gracias al amor de sus padres adoptivos españoles”<sup>113</sup>.

Figura 49. Comentarios de los internautas chinos en el foro de *Ouhua*



Fuente: Imagen extraída desde la noticia “西班牙人领养中国孩子或将成为历史” en la cuenta oficial de Wechat de *Ouhua*.

Nota: La imagen derecha muestra el número de clics y el foro de comentarios por parte de los suscriptores<sup>114</sup>.

<sup>113</sup> Comentarios de los suscriptores chinos bajo la noticia: “la adopción de niños chinos por parte de españoles puede pasar a la historia” (*Ouhua*, 03-03-2017) y la última fecha de consulta (06-06-2022).

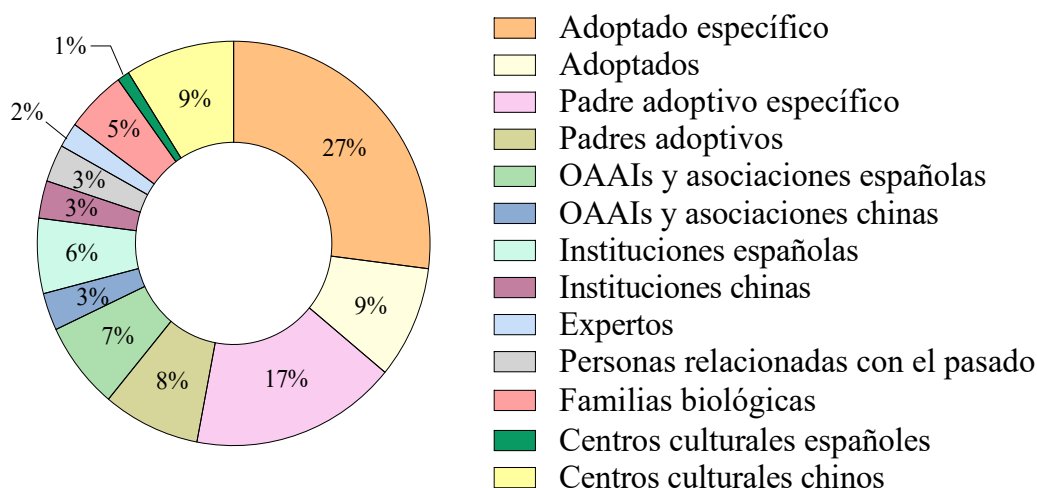
<sup>114</sup> Imágenes capturadas en la cuenta de We Chat de *Ouhua*, noticia titulada: la adopción de niños chinos por parte de españoles puede pasar a la historia (03-03-2017) y la última fecha de consulta (06-06-2022).

## 4. Actores y voces en las noticias

### 4.1 Actores en los medios chinos

En la cobertura de los medios de comunicación chinos sobre la adopción internacional, las principales figuras de las que se informa son el adoptado específico, con un 27% y luego seguido por los padres adoptivos específicos con un 17% (Figura 49). Y luego la representación a los adoptados y padres adoptivos como colectivo tienen una relevancia de 9% y 8% respectivamente. Los expertos y las instituciones en este caso no cuentan con mucho peso si medimos la situación global de la aparición de los actores de todas categorías.

Figura 50. Distribución de actores en los medios chinos (*Ouhua y Sohu*)



Fuente: Elaboración propia.

Una diferencia respecto a los medios españoles es que emergen dos categorías nuevas de actores en los medios chinos. Se trata de los centros culturales chinos (9%) y los centros culturales españoles (1%). Naturalmente, la aparición de estos protagonistas está vinculada con el tema de “la conexión con la cultura del origen”, que aparecen con mucha frecuencia como promotoras y organizadores de eventos culturales. La frecuen-

cia de su aparición, combinada con los atributos sobre estos actores, los temas y los papeles de agentes que desempeñan nos facilitan la comprensión global de la representación sobre la temática.

Se observa que los adoptados (27%) y los padres adoptivos (17%) son los principales actores, aunque se hace mayor hincapié en la representación y mención hacia los adoptados. Las cifras relativas a la categoría de familias biológicas (5%) y persona del pasado (3%) están relacionadas con la búsqueda por parte de las familias adoptivas a los padres biológicos de los adoptados y la mención a los directores y cuidadoras del orfanato cuando regresen a China para hacer la visita.

Observamos por el gráfico que los medios de comunicación chinos han prestado cierta atención a los Organismos Acreditados de Adopción Internacional de España (los cuales en muchos casos son organizados por los propios padres adoptivos) y que aparecen con más frecuencia que las instituciones chinas relacionadas, es decir, el Centro de Bienestar Infantil y Adopción de China. Sin embargo, debe destacar que, en los medios chinos, el peso de las “autoridades” en el tema de adopción, como los expertos, las instituciones y asociaciones competentes no ocupan un lugar tan destacado como en los espacios españoles.

De hecho, nuestra presentación explícita de los distintos componentes de la noticia en torno a la adopción pone de manifiesto la especificidad del *framing* noticioso en distintos medios. Puesto que el *framing* consiste en la “idea organizadora del contenido informativo que brinda un contexto y sugiere cuál es el tema mediante el uso de la selección, el énfasis, la exclusión y la elaboración” (Tankard, 2001, p.3). En nuestro caso, a través de los datos cuantitativos de los protagonistas de la noticia nos está señalando el panorama de la representación en los medios chinos.

Tabla 22. Distribución numérica de actores principales en los medios chinos

| Medios<br>Actores   | <i>Ouhua</i> | <i>Sohu</i> |
|---|--------------|-------------|
| Adoptado específico   | 38           | 20          |
| Adoptados   | 13           | 7           |
| Padre adoptivo específico                                   | 20           | 16          |
| Padres adoptivos  | 10           | 7           |
| OAAI y asociaciones de España                               | 8            | 8           |
| OAAI y asociaciones de China                                | 1            | 5           |
| Instituciones españolas                                     | 4            | 8           |
| Instituciones chinas  | 4            | 3           |
| Personas que tienen relación con el pasado de los adoptados | 2            | 4           |
| Expertos  | 3            | 2           |
| Familias biológicas   | 6            | 5           |
| Centros culturales españoles                                | 1            | 1           |
| Centros culturales chinos                                   | 15           | 4           |

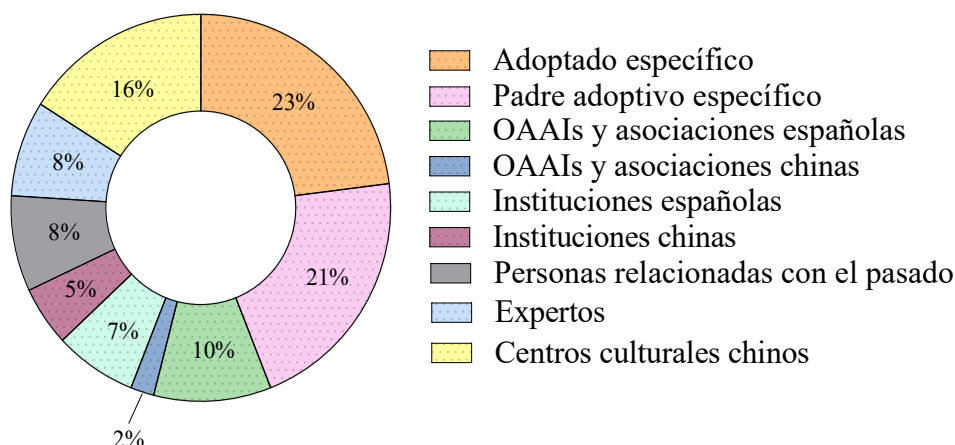
Fuente: Elaboración propia.

Nota: Los OAAI se refieren a Organismos Acreditados de Adopción Internacional de España, y hemos mantenido la misma manera para indicar a las instituciones competentes chinas en cuanto a los asuntos de la adopción internacional. Los números en la tabla se corresponden a la totalidad de frecuencia de aparición de los actores en cada artículo de noticia. En cada medio chino.

## 4.2 Voces en los medios chinos

Los contenidos mediáticos crean una imagen sobre los actores implicados. La presencia y la ausencia de las voces de los actores pueden producir una visión desequilibrada y una imagen incompleta sobre ellos. A través de la comparación del gráfico de actores y voces, se constata la ausencia de las propias voces de los padres biológicos, y en las pocas ocasiones en que aparecen como actores (5%, véase la Figura 50), se asocia con críticas e incompreensión de la sociedad española y comunidad china sobre su acción de abandono de los niños. Además, también han sido mencionados en las noticias sobre la búsqueda de origen de los adoptados.

Figura 51. Voces en los medios chinos (*Ouhua* y *Sohu*)



Fuente: Elaboración propia.

De ello se desprende la idea de que, tanto en los medios de comunicación del país de origen como en el país de acogida, las familias biológicas de la persona adoptada carecen colectivamente de voz en el espacio mediático, así como para el público en general. Se les retrata de forma negativa (como veremos en el siguiente apartado sobre el análisis de la imagen mediática de los distintos protagonistas).

Descubrimos que, en los medios de comunicación en lengua china, tanto los adoptados como los padres adoptivos, tienen la alta visibilidad por poder expresar su voz, con un 23% y un 21% respectivamente. También cabe destacar que los *centros culturales chinos* (16%), salvo en algunos casos en los que se refiere a escuelas de chino en España,

es mayoritariamente Centro Cultural de China en Madrid<sup>115</sup>. Además de estos hallazgos, encontramos que el discurso citado por parte de las instituciones españolas y las OAAIs y asociaciones españolas tiene más peso en los medios de comunicación chinos que las instituciones chinas y las asociaciones relacionadas suyas.

El objetivo es transmitir a través de las palabras del portavoz de la organización española y de los padres adoptivos españoles el significado positivo de la conexión con la cultura china. Se busca para esto el acercamiento a su país de origen de los niños adoptados y también de la familia adoptiva. Se difunde la idea de que el contacto y el conocimiento con sus raíces favorece la identidad y autoestima de los adoptados.

D. <sup>a</sup> Lucila Romarate-Zabala Domínguez, presidenta de AKUNA, dice que le han conmovido profundamente las numerosas fotografías presentes en el lugar de la exposición, que han sido necesarios varios meses desde la planificación hasta la realización de la exposición y que, a pesar del duro trabajo que ha supuesto la preparación, sabe que se trata de un acontecimiento muy significativo, que permitirá a los niños de origen chino que crecen en España conocer mejor su patria. La Sra. Lucila Romarate-Zabala Domínguez también leyó un artículo escrito por un niño que participó en el “Campamento de verano para familias extranjeras que adoptan niños chinos—Yo nací en China”, que llegó al corazón de los invitados”<sup>116</sup> (04-12-2017, *Ouhua*).

Consideramos que la selección y el énfasis de tales palabras y personajes, en un nivel más profundo, constituye una referencia a la defensa de la ideología del gobierno chino sobre el tema de la adopción internacional y su deseo de fortalecimiento de los vínculos con los chinos ultramarinos. Con todo eso se forja la imagen nacional en la escena mundial.

El Centro Cultural de China se destaca por el capital papel que desempeña en el contexto de la adopción internacional que realiza China con otros países en general y en

---

<sup>115</sup> Consulte más información en <https://ccchinamadrid.org-conocenos->.

<sup>116</sup> Texto original en chino: AKUNA理事会主席Lucila Romarate Zabala Domínguez女士表示, 在看到展览现场众多的照片后, 她自己也深受感动, 本次图片展从筹划到实现, 历经数月, 虽然筹备工作十分辛苦, 但她深知这是一件非常有意义的事情, 能让在西班牙长大的中国孩子更好地了解自己的祖国. Lucila Romarate-Zabala Domínguez女士还朗读了一篇参与了“领养中国儿童外国家庭夏令营”的孩子所写的文章——«Yo nací en China», 令在场来宾深受感动.

la posadopción en particular. Funciona como puente entre las sociedades de origen y acogida, y la comunidad adoptiva con la comunidad china en España. Aunque lo categorizamos aparte de las instituciones chinas, esta organización inaugurada en el 2012 es una institución china oficial en España.

El Centro Cultural de China en Madrid es una institución oficial sin ánimo de lucro adscrita al gobierno chino como plataforma y escaparate del arte y de la cultura china. Para la comunidad adoptiva en España, su área de trabajo se reside en la organización junto con otros organismos acreditados y asociaciones adoptivas eventos culturales chinos y el servicio de información cultural para que se acerque y conozca mejor el país de origen de los adoptados. La citación de las palabras de los directores del centro nos ayuda a mirar hacia las versiones de realidades que remite la narrativa oficial en la construcción de la adopción entre china y España.

“En la ceremonia de inauguración, Yao Yongbin, director del Centro Cultural de China en Madrid, expresó su sincero agradecimiento a los invitados a la exposición. Dijo que los niños de origen chino adoptados por familias españolas tienen una patria común, aunque crezcan en España. Cada año, la Oficina de Asuntos de los Chinos en el Extranjero del Consejo de Estado organiza el “Campamento de verano para familias extranjeras que adoptan niños chinos” y el “Viaje a las raíces de China” para jóvenes chinos en el extranjero, etc. Estas actividades promueven los intercambios culturales entre Oriente y Occidente, acortan la distancia entre ambos países y permiten a los niños chinos en el extranjero sentir el encanto de su patria, ayudándoles a “rastrear sus raíces” y a adquirir un conocimiento más amplio y profundo de China”<sup>117</sup> (04-12-2017, *Ouhua*).

---

<sup>117</sup> Texto original en chino:

开幕式上, 马德里中国文化中心主任姚永宾先生对观展嘉宾的到来表示诚挚的感谢。他说, 被西班牙家庭从中国领养的儿童尽管在西班牙长大, 但他们都拥有共同的故土。国务院侨务办公室每年都会举办“领养中国儿童外国家庭夏令营”及“海外华裔青少年中国寻根之旅”等活动, 这些活动促进了中西文化的交流, 缩短了两国之间的距离, 让身在海外的中国孩子们亲身感受到了来自祖国的魅力, 帮助这些孩子“追根溯源”, 更全面深刻地认识中国。

Tabla 23. Distribución numérica de voces en los medios chinos (*Ouhua* y *Sohu*)

| Actores \ Medios  | <i>Ouhua</i> | <i>Sohu</i> |
|---|--------------|-------------|
| Adoptado específico   | 8            | 6           |
| Adoptados   | 0            | 0           |
| Padre adoptivo específico                                   | 7            | 6           |
| Padres adoptivos  | 0            | 0           |
| OAAI y asociaciones de España                               | 5            | 1           |
| OAAI y asociaciones de China                                | 0            | 1           |
| Instituciones españolas                                     | 1            | 3           |
| Instituciones chinas  | 2            | 1           |
| Personas que tienen relación con el pasado de los adoptados | 1            | 4           |
| Expertos  | 3            | 2           |
| Familias biológicas   | 0            | 0           |
| Centros culturales españoles                                | 0            | 0           |
| Centros culturales chinos                                   | 9            | 1           |

Fuente: Elaboración propia.

## 5. Imágenes mediáticas de los participantes en la adopción

### 5.1 La imagen de los adoptados

Durante el período del rápido crecimiento de la adopción internacional China–España, vemos que los niños chinos son presentados en los medios de comunicación chinos como “un precioso regalo que ha caído del cielo”<sup>118</sup>, y que los españoles se sienten felices de poder adoptar a un niño chino. Encontramos un subtítulo en la misma noticia china “la adopción se dispara, la demanda supera a la oferta”(领养剧增, 供不应求), aquí observamos que este lenguaje comercial de “demanda–oferta” que ha colocado a los adoptados en una posición pasivo y secundario, convirtiéndolos en “productos de circulación” entre los padres adoptivos y el país de origen, aunque el interés superior del menor debe ser tratado siempre como el principio de la práctica de adopción internacional.

Nos llaman la atención los atributos relacionados con los adoptados en los medios chinos en la elaboración del texto. Son considerados por sus padres adoptivos como “preciosos, inteligentes, trabajadores y bien educados”, esta frase la sacamos desde una noticia titulada “el 55% de los niños adoptados en Madrid son niñas chinas, 4 ventajas suyas con reconocidas<sup>119</sup>”(29-05-2006, *Agencia de Noticias Chinas*). Asimismo, cuando se describe sus rasgos, encontramos muchos ejemplos de “los jóvenes de piel amarilla y ojos negros” y con “pelo negro” (黄皮肤黑眼睛黑头发).

Por ejemplo, “en una España abierta y plural, donde conviven en armonía personas de distintas lenguas, colores, culturas y religiones, los jóvenes de *piel amarilla y ojos oscuros* crecen y se convierten en un vínculo entre Oriente y Occidente: algunos de ellos son adoptados de China por familias españolas, otros son descendientes de chinos étnicos y chinos ultramarinos nacidos y criados en España<sup>120</sup>” (04-12-2017, *Ouhua*).

---

<sup>118</sup> Titular original en chino: 西班牙: 中国孩子是从天而降的礼物, 20-10-2005, *Sohu*.

<sup>119</sup> Titular y texto original en chino:

“领养外国小孩已经成为了西班牙人的一种习惯, 尤其是中国儿童, 被西班牙父母认为是漂亮, 聪明, 勤劳和有教养的”. La frase proviene de la noticia 马德里55%领养儿童为中国女童4种优点被认可 (中国新闻网).

<sup>120</sup> Texto original en chino:

在多元开放的西班牙, 不同语言, 肤色, 文化背景和宗教信仰的人们和谐共处, 其中一群黄皮肤黑眼睛的青少年正在茁壮成长成为联结中西友好的新纽带: 有些是被西班牙家庭从中国领养的儿童, 有些是生于斯长于斯的华人华侨的后代.

Existe una larga y cambiante historia en torno a la definición hacia los asiáticos como “amarillos” (Keevak, 2011). A partir del siglo XVIII, la piel de los asiáticos (sobre todo los orientales) se fue normalizando como “amarilla” a partir del biólogo sueco Linné. En su famoso libro *El sistema de la naturaleza*, se definió el color de la piel asiática en latín como “luridus”. En el siglo XIX se extendió la metáfora “peligro amarillo” hacia los asiáticos orientales, con connotaciones discriminatorias. Hoy en día, la descripción sobre la piel amarilla parece haber sido aceptada entre la población china, pero con diferentes matices y connotaciones culturales.

Desde el punto de vista constructivista del significado lingüístico, el color “amarillo” representa la nobleza desde la antigüedad china. Sólo las personas de alto estatus, como el emperador y la emperatriz, pueden utilizarlo. El significado del color amarillo en China se encuentra también en las obras clásicas como el *Huáinánzǐ* (淮南子) y el *Shānhǎi jīng* (山海经), donde se recoge la leyenda de que “*Nǚwā*<sup>121</sup> creó al hombre con la tierra amarilla”.

Se difunde la idea de que los chinos son los descendientes de la “tierra amarilla” (黄土) y del “Emperador Amarillo” (黄帝), y el pueblo que se nutrió del “Río Amarillo” (黄河). En algunas canciones populares modernas, como “El heredero del dragón” (龙的传人) y “El río amarillo” (黄河古谣), encontramos letras sobre la piel amarilla y el pelo negro que sirven como referencia de los rasgos de la población china. Así pues, esto explica por qué en los medios chinos, se suelen describir a los adoptados de origen chino de esta forma desde la perspectiva cultural.

En los medios chinos se describe a los adoptados como que muestran mucho interés en conocer la cultura del país de origen y participan activamente en las actividades organizadas por el Centro Cultural de China en Madrid, como, por ejemplo, en los eventos que organizan anualmente para las familias adoptivas con motivo de celebrar el año nuevo chino.

Las actividades de este año fueron especialmente variadas y coloridas, La sala del centro cultural estaba lleno de puestos con características chinas, como recortes

---

<sup>121</sup> Nǚwā (en chino: 女娲) es la diosa de la creación en la antigua mitología china.

de papel, caligrafía, introducción a los signos del zodiaco chino y pequeños juguetes tradicionales chinos que les encantaban a los niños. Muchos de ellos se interesaron por la caligrafía china y permanecieron en la plataforma durante mucho tiempo, compartiendo la alegría y la paz del Año Nuevo Chino..... Aunque los niños han sido adoptados por padres españoles, muchos de ellos siguen queriendo aprender chino (08-02-2016, *Ouhua*)<sup>122</sup>.

Estos niños son la esperanza de las familias adoptivas españolas y forman parte de la sociedad española. Su crecimiento y desarrollo vital llama cada vez más atención por parte de las organizaciones sociales y los organismos gubernamentales. Los medios chinos los califican a menudo como “‘embajadores’ del intercambio cultural entre China y España” y expresan sus esperanzas en su futura contribución a “la amistad, el desarrollo económico entre los dos países”<sup>123</sup> (24-01-2017, *Ouhua*). Al mismo tiempo, la parte china los anima a establecer vínculos con China como enlace entre el Oriente y Occidente.

A menudo en temas que tratan de la integración social de las personas adoptadas, se hacen comparaciones con frecuencia entre su situación previa a la adopción y la posterior, en la que han pasado de estar “despiadadamente abandonados” a tener “un cambio radical de fortuna” y están “muy bien cuidados” por sus padres adoptivos (22-11-2016, *Eulam*). Se habla de la buena integración familiar que han logrado los adoptados por lo que han hecho los padres adoptivos: “el pequeño Lixia tuvo mala suerte, pero también tuvo la suerte de tener ahora el amor de sus padres y su cariño”<sup>124</sup> (05-08-2018, *Sohu*).

En los medios chinos, se seleccionan comentarios positivos de los adoptados a sus familiares y amigos. Asimismo, se representa su gratitud a sus padres adoptivos.

En el escenario, Le Kai dijo: “He tenido tres vidas. Cuando nació, no sabía quiénes eran mis padres biológicos; ellos me dieron mi primera vida. El orfanato en China

---

<sup>122</sup> Texto original: 今年的活动格外丰富多彩，文化中心的大厅里布置了许多中国特色的展台，有剪纸、书法、中国生肖介绍、中国特色小玩偶等喜闻乐见的中国“小玩意”，孩子们个个爱不释手，许多小朋友对中国的书法产生了浓厚的兴趣，一直趴在展台上久久不愿离开.....虽然孩子们被西班牙父母领养，但很多孩子依然热衷于汉语学习。

<sup>123</sup> Texto original: 相信在不久的将来，这些学生将会成为中西文化的交流使者，将会成为中西两国的友谊、经济发展以及文化交流做出更大的贡献。

<sup>124</sup> Texto original: 小立夏是不幸的，但他又是幸运的。如今，他有父母的疼爱，有了家庭的温暖。

me crió durante nueve años; ellos me dieron mi segunda vida. A los nueve años vine a España, y mis padres adoptivos me dieron mi tercera vida” En ese momento, la madre y el padre de Le Kai estaban sentados fuera del escenario, sin querer perderse ni una sola sílaba del discurso de su hijo, uno con una cámara DV y el otro con un teléfono móvil, grabando cada palabra y frase del discurso de Le Kai en el escenario. Esperemos que algún día puedan entender estas palabras de Le Kai y que algún día sientan la gratitud en el corazón del afortunado Le Kai<sup>125</sup> (11-11-2014, *Ouhua*).

Cuando estos niños crecen, ¿cómo verán a los padres que los han abandonado? En los medios de comunicación chinos encontramos cobertura sobre esta pregunta. Se transmite la comprensión de los adoptados a sus padres biológicos y muestran su deseo de conocerlos.

Con el paso de los años, el deseo de Nicoletta de encontrar a sus padres biológicos se hacía cada vez más fuerte. Magarita y su marido Antonio no veían porqué a negárselo. Hace 13 años, cuando la pareja viajó al otro lado del océano para adoptar a su hija, decidieron darla todo su amor. Este julio, Nicoletta, ha llegado a Guangxi con la compañía de sus padres<sup>126</sup> (07-07-2019, *Sohu*).

En cuanto al tema de la búsqueda a sus padres biológicos, Zhangqingran dijo que no se endará ni culpará a sus padres por haberla abandonado. “Extraño a la familia de acogida en Guizhou, y también a mis padres biológicos. Les agradezco por darme la vida. Tal vez en Guizhou todavía tengo hermanos y hermanas, sólo

---

<sup>125</sup> Texto original: 站在舞台上的乐凯说：“我有过三次生命。我生来就不知道我的生父母是谁，是他们给了我第一次生命；中国的福利院养了我九年，他们给了我第二次生命；我九岁那年来到西班牙，我的养父母给了我第三次生命……”此时乐凯的爸爸妈妈坐在台下，对中文一窍不通的他们不想漏掉儿子的任何一个音节，他们一个举着 DV 机，一个拿着手机，将乐凯在台上的一言一行、每字每句都录了下来。但愿，他们有朝一日能够听懂乐凯的这些话，有朝一日能够感受到幸运的乐凯心中那份感激之情。

<sup>126</sup> Texto original: 随着年龄的增长，Nicoletta 想找到亲生父母的念头越来越强烈。玛格丽特和丈夫安东尼找不到拒绝的理由，13 年前，夫妇俩远赴重洋领养女儿时，就决定给她所有的母爱和父爱。这个 7 月，Nicoletta 在父母的陪伴下来到广西。

quiero abrazarlos, decirles que estoy bien, que no se preocupen por mí y espero mantener contacto con ellos en el futuro<sup>127</sup> (10-09-2019, *Sohu*).

Se observa que, los adoptados en el *framing* noticioso chino tienen entusiasmo por conocer su país de nacimiento, se destaca su motivación para aprender chino y comprender la cultura tradicional china. Muestran su comprensión hacia sus padres biológicos y gratitud a sus padres adoptivos a pesar de expresar sus experiencias relacionadas con la construcción de identidad y discriminación.

Cabe mencionar que encontramos una representación “diferente” en los medios de comunicación chinos con respecto a la actitud de los adoptados hacia sus padres biológicos y su país de origen. Dicha representación es sacada y traducida en chino desde las fuentes de los medios de comunicación españoles. En este caso, los padres biológicos y China para ellos significan dolor y no quieren recordarles. El uso de la palabra “lejano” para describir el país de origen refuerza la sensación de distancia y el duelo que sienten los adoptados en cuanto a su país de origen.

Según las entrevistas de los medios de comunicación españoles, el mayor problema que encuentran los niños chinos adoptados en España al crecer es la cuestión de la identidad y el reconocimiento cultural. Una confusión frecuente de estos niños es si son chinos o españoles. Además, estos niños adoptados suelen ser reacios a hablar mucho de sus padres biológicos o de su lejano lugar de nacimiento, “China”, con un sentimiento de dolor o una pizca de rebeldía y resentimiento<sup>128</sup>(03- 03-2017, *Ouhua*).

---

<sup>127</sup> *Texto original*: 对于寻找亲生父母, 张清然表示, 她不会生气、也不会责怪父母当初将她遗弃. “我想念曾经在贵州的寄养家庭, 也想念我的亲生父母, 我感谢他们给我生命, 也许在贵州我还有兄弟姐妹, 我只想拥抱他们, 告诉他们我过得很好, 别为我担心, 并希望以后保持联系”小清然说.

<sup>128</sup> *Texto original*: 据西班牙媒体在相关采访中介绍, 成长过程中, 中国领养孩子在西班牙所遇到的最大问题, 就是身份和文化的认同问题. 对这些孩子来说, 一个经常会出现的困惑就是自己到底是中国人, 还是西班牙人? 因为在学校里, 以及其它场合中, 在这些中国收养孩子完全认同自己西班牙人身份的同时, 许多其他的西班牙同伴对此却并不接受, 仍然称其为中国人. 但作为一个中国人, 他们却生活在西班牙家庭中. 由此, 会让她们在生活中感到许多的不适, 甚至是痛苦. 此外, 对于遗弃他们的中国父母, 或是遥远的出生地“中国”, 这些被西班牙家庭收养的孩子往往不愿更多的提及. 有时被问到这些话题时, 许多人都会有一种难掩的伤痛, 或是一丝的逆反和怨恨.

En general, las noticias en los medios chinos revelan las condiciones en las que los adoptados viven felizmente en una familia adoptiva extranjera y que son queridos por ellos como si fueran suyos, lo cual supone un cambio radical respecto a la situación anterior a la adopción. Las instituciones chinas siguen haciendo un seguimiento activo hacia los adoptados, creando una imagen responsable de China para disipar la impresión negativa de que estos niños no pueden crecer en su país de nacimiento debido a una combinación de factores sociales, históricos, culturales y económicos.

Al mismo tiempo, a medida que los adoptados crecen y entran en diferentes fases vitales, se detectan cambios en los temas del enfoque con respecto a ellos. Así, su imagen mediática no solo se condiciona por las descripciones por parte de sus padres adoptivos. Los adoptados se convierten en los protagonistas de los acontecimientos informativos, se citan directamente sus palabras y opiniones, así como se presentan sus sentimientos y experiencias. Detalladamente, encontramos temas alrededor a su proceso de formación de identidad, casos de discriminación experimentados, opción de educación (deseo o experiencia de estudiar en China), etc.

Los medios de comunicación presentan e informan sobre las dudas y problemas que los adoptados encuentran en sus vidas. Por ejemplo, se menciona a menudo la discriminación racista que han experimentado debido a las diferencias fenotípicas que tienen en comparación con la mayoría de su entorno (31-01-2019, *Eulam*), y se habla de la «crisis» de la identidad en la adolescencia. En realidad, existe una relación clara e indisoluble entre origen e identidad, y la identidad, como la realidad, son cambiantes, dinámicas, construidas (Berger y Luckmann, 1967) y reconstruidas. Y aún más en el caso de los adoptados al tener presente la particularidad de sus experiencias.

Existen discusiones entre los estudiosos sobre cómo definir a los adoptados que han podido empezar una vida nueva en otra tierra a través de la vía de la adopción internacional, teniendo en cuenta algunas características similares que comparte este fenómeno con el flujo inmigratorio.

Hay quien considera que la adopción internacional constituye la “Migración silenciosa” (Weil, 1984). Bajo esta línea, Rodríguez Jaume (2019) sostiene que la característica de la adopción internacional ya es alterada en comparación con su identificación inicial como un fenómeno silencioso. Así pues, los adoptados que llegan al país de acogida a través de esta vía son considerados inmigrantes en la sociedad de acogida, aunque bajo circunstancias singulares y diferentes en comparación con los inmigrantes anteriores.

En relación con nuestra temática, se considera que la llegada de los adoptados de origen chino ha diversificado el perfil de los chinos que residen en el ultramar (Tessler, 2005; Wan, 2010). También hay quien argumenta que la adopción se diferencia con la inmigración y los adoptados no deben ser tratados como parte de los inmigrantes por el hecho de compartir algunos rasgos fenotípicos, teniendo en cuenta que los últimos generalmente tienen una imagen social negativa y problemática (Giménez Romero, 2008).

Hay una imagen enormemente esencialista, culturalista, que en vez de fijarse en las características propias, en la identidad personal de ese niño o niña, se centra exclusiva o predominantemente en su aspecto racial y en su supuesta identidad cultural. Y eso se hace en vez de fijarse cómo son sus comportamientos, en qué momento de sus vidas están; en vez de darles mayor importancia a los aspectos *personales* —el niño o la niña son de tal forma— y *situacionales* —en tal momento— (Giménez Romero, 2008, p.114).

En la práctica, las diferencias fenotípicas siguen siendo factor determinante en la construcción social de la “raza”, existe experiencias compartidas entre la población adoptada y los inmigrantes, asimismo, la representación social de los inmigrantes en el país de recepción puede repercutir en el tratamiento que reciben los adoptados (Giménez Romero, 2008; Rodríguez Jaume, 2019). Lo que se revela en los medios de comunicación y la opinión del estudioso muestran que la imagen social de la sociedad española hacia los inmigrantes chinos sigue siendo estereotipada.

Cabe destacar que a pesar de que la intención inicial de declarar que los adoptados no forman parte de los inmigrantes sirve para mejorar la integración y experiencia de la posadopción de los adoptados, este tipo de discursos pueden legitimar, de cierta medida, las actitudes insensibles, generalizadas e incluso ofensivas hacia los inmigrantes en la sociedad de acogida. Pasar de alto las situaciones que se enfrenten los inmigrantes y el empeoramiento de su imagen social puede ejercer influencias inesperadas en el colectivo de los propios adoptados, puesto que se les categorizan como personas que comparten el origen y valores culturales.

Así pues, con los discursos académicos sobre las definiciones de identidades de los adoptados, no se va a lograr promover una comprensión global y ruptura de los prejuicios arraigados en la sociedad receptora hacia los países de origen de los adoptados y

su cultura. Un entorno carente de una diversidad cultural, y esta desconexión de los adoptados con sus países de origen, en realidad no favorecen la integración social a largo plazo de los adoptados a la hora de definir su ciudadanía, y pueden llevarlos a sentirse decepcionados con su origen. En este proceso, no podemos subestimar el poder de los medios de comunicación en configurar cómo piensa el público sobre el mundo.

Entre los adolescentes adoptados de origen chino con diferencia fisonómica en comparación con la mayoría de las personas en su entorno, estos sentimientos o experiencia pueden aparecer con mayor intensidad. Ellos viven una ambivalencia entre la imagen externa que tienen y con quién se identifican ellos. El entorno los identifica con determinados grupos sociales y les confunden con un inmigrante (San Martino Pomés, 2014).

¿Cuáles son los mayores problemas de estos niños adoptados cuando crecen y entran en su adolescencia? La inseguridad, la falta de confianza en sí mismos, y de vez en cuando, se encuentran con la discriminación racial que molesta su adolescencia. “Cuando alguien te llama chino, no es un insulto, pero el problema es que a veces te llaman así con un tono abusivo”, dijo Irene<sup>129</sup> (31-05-2014, *Ouhua*).

Irene tiene 18 años y sabe que es hija adoptiva desde que notó que sus rasgos eran muy diferentes a los de sus padres. Fue uno de los primeros 100 adoptados de origen chino por familias españolas en 1995, y la primera niña adoptada de origen chino en Salamanca. Se esforzaba por parecerse a otros niños de su entorno frente al espejo para redondear sus ojos largos y finos. Hoy ha crecido como una niña orgullosa de sus orígenes, y también de sus padres adoptivos y del país que la recibió<sup>130</sup> (31-05-2014, *Ouhua*).

---

<sup>129</sup> 这些领养儿童长大了, 她们青春期最大的问题是什么呢? 缺少安全感, 缺乏自信, 时常遇到一些种族歧视困扰着她们青春期“当有人叫你中国人时, 那不是什么侮辱, 但问题是, 他们有时候会带着辱骂的口吻这么喊你” Irene 感慨道。

<sup>130</sup> Irene 今年 18 岁, 懂事那天起, 就知道自己是个养女, 因为她看得出自己的长相和父母截然不同。她是西班牙 1995 年第一批被西班牙家庭收养的 100 个中国孤儿中的一个, 也是第一个在萨拉曼卡被领养的中国女孩; 她曾经是一个百般努力试着在镜子面前, 把自己细长的眼睛撑圆, 让自己跟周围孩子看起来一样的中国孩子。今天的她已经长大成人, 成为一个为自己的身世骄傲, 更为自己的养父母, 为收养她的国家而骄傲的女孩。

Descubrimos por primera vez en el año 2014 en los medios de comunicación chinos que hablaban de la preocupación hacia la construcción de identidad de los niños adoptados de origen chino en España (01-09-2014, *Ouhua*). El momento está estrechamente relacionado con la etapa del desarrollo vital de los propios adoptados. “La adopción internacional se regularizó en 1993 y entró en vigor a finales de los años 90. El Ministerio de Sanidad dice que desde entonces ha habido unos 50.000 niños, la mayoría de ellos procedentes de China, Rusia, Colombia y Etiopía, que ya son adultos” (09-01-2014, *Ouhua*).

También vemos ejemplos representativos de los intentos y esfuerzos de los propios los adoptados para superar esos “problemas” a lo largo de su crecimiento. Muestran una visión positiva de sus experiencias pasadas. Al mismo tiempo, hemos observado que en este periodo empezó a salir cobertura de los adoptados que contaban con un perfil diferente, es decir, cuando llegaron a España ya no tenían edad tan pequeña ni el mismo estado de salud como los que llegaron en los finales de los años de 90 y la primera década de los años 2000. De ahí, la narrativa de la historia se modifica sobre la base de las singularidades de las experiencias de los protagonistas y también la evolución del panorama del proyecto de adopción internacional de China. En el caso de Xiaolong, que ya tenía 12 años con necesidades especiales, fue adoptado por una pareja española que tenía dos hijas biológicas.

Ahora, Xiaolong está casi españolizado, después de ser abandonado, luego ser acogido por el orfanato y desde allí ser adoptado por la familia española, este camino, para un niño menor de edad, es muy difícil, sin embargo, Xiaolong sigue manteniendo una actitud positiva sobre sus experiencias anteriores. A pesar de la tragedia, la vida tiene que seguir adelante, si no sigo positivo, ¿qué más puedo hacer? Aunque tengo discapacidad en la mano, esto no constituye un impedimento para que tenga una vida normal<sup>131</sup>” (22-11-2016, *Eulam*).

---

<sup>131</sup> Texto original: 如今, 小龙已经几乎“西班牙化”, 从被抛弃, 又被孤儿院捡回, 继而得到西班牙家庭的领养, 这一路走来对于一个还未成年的孩子来说, 可谓是艰辛无比, 但小龙却对其经历抱有更为积极的看法: “尽管发生了不幸, 但生命需要继续向前看, 如果不保持积极, 还能怎么办呢? 虽然我手有残疾, 但这并不能成为我过正常生活的阻碍”.

Los medios de comunicación chinos también mencionan e informan sobre las opciones de la educación universitaria de los adoptados, ya sea porque están interesados en estudiar en China en el futuro o porque ya han comenzado sus estudios en universidades chinas. La presentación y la selección de estos acontecimientos transmiten en realidad la inclinación ideológica y el deseo de que los adoptados tengan más vínculos con China, a la vez que transmiten al lector la percepción de que los adoptados quieren acercarse a su país de nacimiento.

En la exposición había muchos rostros con rasgos chinos, una chica que está a punto de ir a la universidad fue adoptada por una familia española cuando era niña. Se acercó al stand de la Universidad de Tsinghua para obtener información. A lo mejor en un futuro próximo, iniciará su propio “viaje a sus raíces” y promoverá los intercambios culturales entre España y China<sup>132</sup> (28-04-2018, *Ouhua*).

A partir de los 14 años, Mayue ya empezó a estudiar chino, incluso come con palillos, ahora ya tiene un nivel de chino muy avanzado. Cuando hizo la carrera en España solicitó para ser estudiante de intercambio, en el año pasado se fue a la Universidad de Negocios Internacionales y Economía de Pekín. Ahora ella también ha solicitado el máster de la Universidad de Nanjing y ha vuelto en este abril a Changshu<sup>133</sup> (30-05-2019, *Sohu*).

Se suelen presentar con detalle a los adoptados como los principales participantes en los actos culturales organizados por las instituciones y asociaciones chinas y españolas. Por ejemplo, “Se celebró con éxito el primer concurso de talentos de ACI” (16-12-2016, *Ouhua*); “El Centro Cultural Chino y AKUNA organizaron conjuntamente el evento de

---

<sup>132</sup> Texto original: 来到展会现场的不乏有华裔面孔, 即将准备上大学的一位中国女孩从小被一个西班牙家庭收养, 她来到了清华大学的摊位前咨询, 也许, 在不远的将来, 她会开启属于自己的“寻根之旅”。记者在参展的观众中, 还看到了马德里当地中文学校老师的身影, 他们详细询问院校信息, 相互交流学术经验, 期待未来中西两国间的文化交流能更丰富密切。

<sup>133</sup> Texto original: 从 14 岁开始, 玛月就开始学习中文, 吃饭也都是用筷子, 到现在中文基本上已经对答如流。在西班牙上大学期间, 她还申请了交换生, 去年在北京对外经济贸易大学留学。现在她还申请了南京财经大学的研究生, 并在今年四月, 回到了阔别多年的常熟。

con motivo del año nuevo chino” (16-01-2017, *Ouhua*); Entre los informes de estos eventos culturales, encontramos una cobertura tanto textual como visual llamativa a los chicos adoptados de origen chino (11-11-2014, *Ouhua*; 16-12-2016, *Ouhua*).

## 5.2 La imagen de los padres adoptivos españoles

En general, se representa a los padres adoptivos españoles de forma positiva, que se esfuerzan por crear una familia cariñosa para sus hijos y les dan amor desinteresado, en contraste con la imagen irresponsable de los padres biológicos construida por los medios de comunicación. Se enfoca en el cuidado y el amor que han dado los padres adoptivos a sus hijos: “el amor que las madres y los padres españoles sienten por sus hijos adoptados no se puede expresar con palabras” (21-11-2006, *Agencia de Noticias Chinas*) y los tratan “como si fueran suyos”. (20-10-2005, *Sohu*); “son adoptados por familias de clase media de Estados Unidos, España y Holanda y que los quieren como a sus propios hijos” (10-03-2008, *Agencia de Noticias Chinas*).

La acción de elegir adoptar en China es un tipo de “amor sin fronteras” (10-05-2009, *Agencia de Noticias Chinas*) y una “acción de caridad” (08-21-2016, *Ouhua*). Los padres adoptivos suelen ser retratados como “amables”, “generosos” (08-06-2018, *Sohu*), y “gente de buen corazón” (18-09-2013, *Agencia de Noticias Chinas*). Estos atributos reflejan un papel prominente alrededor de la imagen de los padres adoptivos, salvo en los casos de incidentes negativos, por ejemplo, los padres de Asunta son descritos como “demonios” (10-10-2015, *Ouhua*).

En los años en que la adopción internacional crecía rápidamente, había artículos que describían escenas de los padres adoptivos españoles que llegaron a China para recoger al adoptado. Notamos patrones de redacciones y elementos de simbolismo, como la aplicación de los rasgos fenotípicos de los niños y sus padres en la elaboración del mensaje para indicar la temática o la alta valoración sobre esta práctica de las adoptantes extranjeras. Estas descripciones no solo son aplicables en los informes sobre adopción internacional China-España, sino también en el marco general de la adopción internacional entre China y otros países extranjeros de recepción.

En el Aeropuerto Internacional de Pudong cuando la policía de la frontera ve a los “padres extranjeros” con diferentes tonos de piel y colores de pelo que miran con ternura a los niños chinos dormidos en el carrito de bebé, y a esos extranjeros de aspecto alto y robusto que cambian con cariño los pañales de las muñecas chinas que lloran en sus brazos, sienten realmente el “gran amor sin fronteras”<sup>134</sup> (10-05-2009, *Agencia de Noticias Chinas*).

Al mismo tiempo, la mayoría de ellos están interesados en la cultura china y sienten una estrecha conexión con China a través de la adopción internacional. Se convierten en “parientes de China” (21-07-2005, *Agencia de Noticias Chinas*). Los padres adoptivos españoles que aparecen en los medios de comunicación muestran su deseo a sus hijos de no perder las raíces de la cultura china, apoyándoles en el aprendizaje del chino, o en participar en las actividades que impulsan sus conocimientos de China o en el regreso a su lugar de nacimiento para encontrar sus raíces.

Tanto en los hábitos cotidianos como en la educación de sus hijos, los padres adoptivos españoles presentados en los medios de comunicación se centran mucho en el fortalecimiento de los vínculos de sus hijos con China. Por ejemplo, durante los festivales chinos tradicionales e importantes, como el Año Nuevo Chino, el Festival de las Linternas y el Día del Niño del 1 de junio, los padres adoptivos llevan a sus hijos a instituciones culturales chinas en España o acompañarlos a participar en actividades y concursos culturales y recreativos organizados por empresas locales chinas. Además, en los discursos citados por los medios chinos, se suelen mostrar su agradecimiento y apreciación al gobierno chino por su apoyo y colaboración en las actividades de inmersión cultural y campamentos de verano para las familias adoptivas (07-12-2017, *Sohu*).

Sin embargo, en la cobertura mediática notamos que rara vez los padres adoptivos mencionan los casos de la discriminación racial y los problemas de identidad que sufren sus hijos en el proceso de integración social. De hecho, estos problemas se reflejan en otros reportajes en los que aparecen los discursos de los propios adoptados.

---

<sup>134</sup> Texto original: 在浦东国际机场,当边检民警看到那些肤色、发色并不相同的“洋父母”们眼中充满柔情的看着婴儿车中熟睡的中国孩子时,那些看起来高大健硕的老外疼爱地为怀中啼哭的中国娃娃更换尿布时,都会真真切切地感受“大爱无疆”!

Al mismo tiempo, a medida que el niño adoptado crece, los padres adoptivos respetan el interés del niño por su lugar de nacimiento y por sus padres biológicos, les entienden y apoyan. Los padres adoptivos españoles han hecho grandes esfuerzos para que sus hijos conozcan la cultura china, un esfuerzo para rectificar los problemas de identidad de los niños adoptados que han surgido en el pasado cuando se ignoraba la cultura del país de nacimiento de un niño adoptado internacionalmente. Sin embargo, los intentos de los padres adoptivos del que informan los medios de comunicación chinos basa sobre su conocimiento imaginario y simple de la cultura china, es decir, a culturalizar a sus hijos sobre la cultura china con celebrar diversos festivales tradicionales y comprar decoraciones relacionadas con la cultura de origen. Esto refleja muchas veces la falta de información profunda sobre el tejido de la cultura china por parte de los propios padres adoptivos (Yu, 2012).

### 5.3 La imagen de las familias biológicas

Se destaca en los medios de comunicación chinos la ausencia del punto de vista de los padres biológicos, quienes, a pesar de constituir el centro del debate, no tienen voz y cobertura mediática, aparecen casi siempre como papeles pasivos. En nuestro caso, aparecen en las actitudes, opiniones ajenas hacia ellos, así pues, su imagen mediática puede ser condicionada por la imaginación, simplificación o mal entendimiento. Según Wiley y Baden (2005) las madres biológicas son “permanentemente invisibles y silenciosas” en los estudios sociales en la adopción internacional (p. 14).

No tenemos discursos para conocer la historia de los padres biológicos en los medios de comunicación chinos, ni sobre las condiciones de vivencias y el contexto social en el que eligieron a denunciar la crianza de sus hijos. En los escasos casos en los que aparecen, se les describe y retrata de una forma que alude a su irresponsabilidad y sirve como una base para resaltar en las noticias la tragedia de los adoptados que fueron abandonados. Por ejemplo, en un reportaje sobre el Caso de Asunta, encontramos la siguiente afirmación: “la vida de esta niña era tan miserable que fue trágicamente abandonada por sus padres biológicos al nacer” (01-10-2013, *Eulam*).

En otros casos, el personaje de la noticia expresa sus pensamientos críticos por el abandono de los niños por parte de sus padres biológicos, han comentado que “muchos

niños ni siquiera tienen certificados de nacimiento, es decir, no están registrados oficialmente, probablemente es porque una vez registrados, los padres biológicos están jurídicamente obligados para hacerse de cargo de ellos, una responsabilidad que los padres no quieren cumplir debido a la discapacidad del niño<sup>135</sup>”, “los padres ni siquiera intentan buscar familias de acogida para los niños, simplemente los abandonan”<sup>136</sup> (13-10-2016, *Eulam*). La desequilibrada presentación mediática surgida desde esta carencia de voces contrasta fuertemente con la imagen de los padres adoptivos amables y solidarios.

En las noticias relacionadas con la familia biológica del adoptado, encontramos una que ha mencionado a un familiar que quiere encontrar a su hermano, quien fue adoptado por una familia española. Él ha compartido la historia del cambio familiar y su separación con su hermano, ha contado las dificultades y condiciones miserables de vida de la familia en el tiempo anterior, la muerte de su padre y la desaparición de su madre y hermana ha destruido la esperanza del protagonista Zhang Yiwei. Ahora está sufriendo por una enfermedad grave y desea ver a su hermano (18-10-2016, *Agencia de Noticias Chinas*).

---

<sup>135</sup> Texto original: 许多被抛弃的孩子甚至都没有出生记录, 也就是说, 没有在官方渠道正式登记, 这大概是因为一旦登记, 孩子的亲生父母将有法律责任对其进行照顾, 而父母因为孩子的残疾却并不愿意履行这一职责.

<sup>136</sup> Texto original: 孩子父母甚至不愿意试着为孩子们寻找领养家庭, 就直接将他们抛弃了.

#### 5.4 La imagen nacional en los medios de comunicación

En las condiciones de un mundo globalizado y la difusión de los nuevos medios, la imagen favorable y la reputación de un país en la escena mundial... se han convertido en algo más importante que el territorio y las materias primas” (Gilboa 2008, p. 56).

En el tiempo de la globalización y mediatización, la imagen que proyecta un país es cada vez más importante. Los países son observados cada vez más por las organizaciones internacionales, los medios de comunicación y el público; son calificados públicamente y comparados según su desarrollo económico, la estabilidad política, la eficacia y moralidad de sus políticas nacionales e internacionales o el nivel de la atracción de su cultura (Werron, 2015).

La imagen nacional forma parte del “*soft power*” del estado (Nye, 2005), que es la percepción y la evaluación por parte del público y la comunidad internacional con respecto a la historia, la situación actual y las actividades de un determinado estado. La imagen del estado es rica en connotaciones y de amplio alcance, abarcando imágenes específicas en los ámbitos político, económico, diplomático, militar, social y cultural.

La comprensión de la definición de la imagen del estado nos ayuda a comprender mejor los motivos y las formas de conformar en los medios de comunicación. La imagen nacional no suele ser un reflejo fiel del perfil objetivo de un país, sino que suele ser el producto de la interacción entre los países, durante este proceso los medios de comunicación funcionan como mediador y forma de su realización.

Desde la perspectiva de la comunicación, se estudia la imagen del país como fenómenos discursivos en la comunicación personal, organizativa y de los medios de comunicación (Buhmann, 2016). Los medios de comunicación de cada país son a la vez formadores de su propia imagen y de la imagen de otros países, y al mismo tiempo la imagen del propio país es formada por los medios de comunicación de países ajenos. Así pues, la construcción mediática de la imagen nacional se divide en “autoformación” (interna) y “formación por los demás” (externa). La imagen nacional no es un estado preexistente que espera ser descubierto o identificado, sino que se forma a través de la construcción social. En esta construcción social, los medios de comunicación desempeñan un

papel fundamental en el proceso de formación de la percepción pública de la imagen nacional.

Un mismo comportamiento estatal puede ser encuadrado de forma diferente. La imagen mediática de un mismo país puede ser cambiante, y estos cambios suelen estar directamente relacionados con los cambios en los intereses nacionales y los cambios en el panorama internacional. La imagen de un país no es simplemente una cuestión de autoformación y auto reconocimiento dirigida por el gobierno. Tiene que ser transmitida a través de los medios de comunicación y en otros discursos y reconocida por el mundo exterior, formando parte de su reputación.

Hay una distancia insalvable entre la percepción y la *realidad*. Con la participación de los medios de comunicación, la imagen de un país como evaluación compuesta e impresión general de otros países puede ser o no coherente con las características del país. La percepción o el imaginario de los ciudadanos sobre un país suelen ser difíciles de modificar a corto plazo debido al papel que desempeñan los medios de comunicación en la formación y transmisión de estereotipos, prejuicios e informaciones con inclinaciones ideológicas.

En la práctica, algunos casos de incidencia relacionados con un país pueden causar repercusiones inesperadas sobre su imagen. Según Oren (2003), la relación entre los acontecimientos con la imagen de un país es evidente. A menudo, un acontecimiento inesperado puede causar un daño fatal a la imagen de un país, lo que da lugar a una imagen inversa del país, y esta imagen inversa suele ser destructiva.

En nuestro caso, la emisión del documental *Las habitaciones de la muerte* y la revelación de los casos inesperados ocurridos en la Provincia de Hunan (Smolin, 2011; Marcos, 2011) además de ser acontecimientos mediáticos de gran impacto, han generado al mismo tiempo la preocupación pública con respecto a la situación del bienestar infantil en China. Y se provocan críticas internacionales hacia el sistema de adopción chino, lo cual contrasta con la imagen transmitida anteriormente de “trámites transparentes y rápidos”. La representación mediática de la adopción internacional China-España ha construido tanto la imagen mediática tanto del país de origen como del país de recepción. Nuestro estudio ofrece la oportunidad de examinar la imagen que tienen tanto el país de origen como el país de recepción sobre sí mismos y de la representación mutua.

Los medios de comunicación de masas pueden tener efectos tanto positivos como negativos en la imagen del Estado. La imagen de un país que transmiten los medios de

comunicación es una cuestión clave, tanto a nivel interno como externo, tanto si se trata de una “imagen propia” como de una “imagen ajena”. La construcción de la “imagen del yo” de los medios de comunicación a menudo es positiva, a favor de la imagen del país. La imagen construida por los demás, como lo opuesto a la imagen subjetiva del “yo”, es una forma en la que el sujeto, como el “otro”, es retratado por actores ajenos, como un objeto imaginario de la comunidad internacional. La construcción del “otro” por parte de los medios de comunicación se refiere a la percepción y reproducción de la imagen del país objetivo por parte de los actores ajenos al país, constituye el imaginario social y la construcción discursiva de un país sobre el otro. En nuestro estudio, los medios de comunicación representan la imagen nacional del país y del otro país a través de diversas noticias y reportajes.

Los reportajes, películas y vídeos sobre el tema de la adopción internacional y el país de origen difundidos por los medios de comunicación conforman la percepción pública general sobre el *issue*, mientras que el viaje de los propios padres adoptivos al país de origen, la experiencia de crecer en un país extranjero, así como la vuelta al país de origen en búsqueda de sus raíces cuando crecen los adoptados les crean una nueva impresión en contraste o coincidente con lo adquirido en los medios de comunicación.

El proceso de la movilidad individual crea nuevas y diferentes conocimientos del país de recepción y del país de origen. Las actividades de las organizaciones implicadas y la interacción entre los gobiernos también contribuyen a nuevas percepciones y representaciones en cuanto a la imagen de los países involucrados en la adopción internacional. La imagen de la nación se construye en gran medida a través del lenguaje mediático. La construcción y producción del significado se realiza en el proceso de definición, selección, énfasis u omisión de recursos por parte de los medios de comunicación. El *framing* mediático hacia las familias adoptivas españolas, los organismos acreditados para la adopción internacional y la selección de los discursos oficiales de los departamentos gubernamentales españoles constituyen elementos que condicionan la percepción de los lectores chinos hacia la imagen nacional de España.

El *framing* de los acontecimientos en la adopción en las noticias funcionan para defender la política y las inclinaciones ideológicas de los gobiernos, así condicionan su imagen ante los ciudadanos o fomentan su identidad colectiva nacional. La aparición frecuente de las declaraciones oficiales chinas y españolas sugiere que la adopción internacional entre China y España puede mejorar el entendimiento mutuo entre ambos pueblos

y tener implicaciones positivas para los intercambios económicos y culturales, de esta forma transmite a la población china una imagen sólida como potencia económica y culturalmente rica en la escena mundial.

Diferentes lenguajes mediáticos construyen distintas versiones de la realidad social. El lenguaje transmitido por los medios de comunicación es portador de hechos socioculturales. La cobertura mediática puede revelar los valores, costumbres y pensamientos únicos de un país y un pueblo, además de ser un medio de entendimiento mutuo entre países y culturas.

#### *5.4.1 La imagen del país de origen*

La imagen mediática de un país está siempre en estado de cambio, es dinámica. En los medios de comunicación chinos se observa la apreciación positiva hacia el sistema de adopción chino por parte de los padres adoptivos y las agencias competentes españolas. Estas representaciones mediáticas contrarrestan las imágenes negativas difundidas por los medios extranjeros en los años 90, cuando se emitió el documental “Las habitaciones de la muerte” en el que se revelaban las condiciones precarias en los orfanatos chinos y el trato que habían recibido los huérfanos. Así pues, lo que muestran en los medios chinos contribuyen a aliviar la preocupación del público chino por la situación de estos niños de origen chino que viven en el extranjero.

Los medios chinos han prestado atención al discurso oficial tanto del país de acogida como del país de origen. Se observan más referencias a la institución y a la autoridad chinas, transmitiendo la visión oficial hacia los acontecimientos relacionados con la adopción internacional y presentando así una imagen responsable y potente en cuanto a su poder de decisión en los asuntos relacionados con la adopción como país de origen. En caso de acontecimientos negativos, se transmite la preocupación y la presión por parte de China hacia el país de acogida. Identificamos una serie de expresiones diplomáticas oficiales utilizadas habitualmente en la construcción discursiva, por ejemplo:

La parte china expresó su profunda conmoción y preocupación por el asesinato de Asunta en España y está profundamente preocupada por la seguridad de los niños adoptados de origen chino por familias españolas. Se espera que España resuelva

el caso lo antes posible y que garantice la seguridad de los adoptados<sup>137</sup> (30-9-2013a, *Eulam*).

Tras el incidente de 2013, China instó (敦促) a las autoridades españolas a garantizar la seguridad de los niños adoptados de origen chino, y paralizó los trámites de adopción internacional, que ahora se han reanudado<sup>138</sup> (31-10-2015, *Sohu*)

Se dedica a construir en los medios un sistema de adopción “estrictamente formal y transparente”. Se muestra la rigurosidad del procedimiento de adoptar un niño para los extranjeros en China y se enfatiza que a los españoles les gusta adoptar a los niños chinos con el contexto social de baja natalidad y dificultad de la adopción nacional (20-10-2005, *Sohu*). Asimismo, la llegada de los adoptados al país de acogida y su encuentro con la familia adoptiva no significa que se termine el proceso de adopción. “Las autoridades chinas también hacen un seguimiento periódico de los niños de origen chino adoptados por españoles para comprobar si el cuidado y la educación hacia los niños por parte de sus padres cumplen los requisitos” (20-10-2005, *Sohu*).

En el retrato que los medios de comunicación hacen de China como el país de origen en la adopción internacional, hemos identificado una categoría de historias que pueden enmarcarse como “intercambios culturales”, centrándose en actividades que favorecen la conexión de los niños adoptados y las familias adoptivas con la cultura china, de esta manera fortaleciendo la imagen de China como potencia cultural entre los lectores chinos.

Estas actividades, que ofrecen una plataforma para que los niños y familias españolas conozcan la cultura tradicional china, son el escenario de intercambios y cooperación entre instituciones chinas y españolas. En el tratamiento informativo de este tipo de actividades se suelen aparecer las descripciones que pintan las relaciones amistosas entre las familias adoptivas españolas con China a través de la adopción, y se transmite la alta valoración hacia el sistema de adopción chino por parte de personas adoptantes a través

---

<sup>137</sup> 中国方面因在西班牙发生的阿颂塔被害事件，非常震惊和关切，并为被西班牙家庭收养的中国儿童的安全性深表担忧，希望西班牙尽快破案，并要求西班牙方面保证被西班牙家庭收养的中国儿童的安全。

<sup>138</sup> Texto original: 2013年事发后，中方曾敦促西班牙有关部门切实保证被领养中国儿童的人身安全。中国方面甚至一度叫停西班牙人领养中国儿童的手续，现已恢复。

de la citación de los propios discursos de los directores de las asociaciones de adopción españolas, que generalmente son padres adoptivos.

Josefa Zarza, vicepresidenta, dice que es su deber como padres adoptivos hacer que sus hijos recuerden su país de nacimiento, es decir, dejar que sus hijos aprendan la lengua y la cultura china y nunca impedirles que regresen a China si así lo desean. Sin embargo, también ha mostrado que, siendo madre, espera que su hija se quede a su lado y viva junta con ellos para siempre, y eso ha sido el parentesco inseparable<sup>139</sup>(21-11-2006b, *Agencia de Noticias Chinas*).

Observamos que los medios de comunicación chinos, en el contexto de la llamada “fiebre de la lengua china” en la sociedad española, suelen seleccionar a personas que son amigables con la cultura china como protagonistas de los acontecimientos informativos y cuentan sus historias. Por ejemplo:

Después de estudiar chino durante diez años en Zaragoza, Carmen y Carlos decidieron ir a China...En los últimos dos años esta pareja española ha realizado numerosas colaboraciones con la Will Foundation, una fundación que ofrece oportunidades de aprendizaje continuo y crecimiento a los niños discapacitados y abandonados en China<sup>140</sup> (13-10-2016, *Eulam*).

Se les ha dado una valoración moral positiva hacia sus prácticas de “por aprender chino, se contribuyen a algunos de los problemas de China” y este reconocimiento se interpreta a menudo en los encuadres mediáticos chinos como “un acto personal para construir un puente relevante entre China y España”. (Pareja española que viajó a China después de 10 años de estudiar chino para ayudar a los huérfanos chinos, 13-10-2016, *Eulam*).

---

<sup>139</sup> Texto original: Josefa Zarza 副主席说, 让孩子记住自己的祖国, 这是她们这些领养家长的职责, 让孩子学汉语和中国文化, 就是这个意思. 她们尊重女儿的选择, 如果女儿愿意回中国, 她们不会阻拦. 不过, 她也表示, 作为妈妈她希望女儿留在自己身边, 永远和她们生活在一起, 这就是无法割舍的亲情.

<sup>140</sup> Texto original: 在萨拉格萨进行长达十年的汉语学习之后, Carmen 和她的丈夫 Carlos 决定前往中国...在近两年间, 这对西班牙夫妇已经与威尔基金会完成了许多合作, 这一基金主要是为中国被抛弃的残疾儿童提供可持续学习和自我成长机会.

La construcción del significado y la transmisión de la ideología se logra a través de la selección de las palabras como “puente”, y el patrón de la historia “construcción de relaciones entre China y España”. Se nota que este encuadre está en cierta medida vinculado a la imagen del país, reforzando y manteniendo su imagen como potencia cultural en la corriente principal de los medios chinos.

El lenguaje no es sólo una herramienta, sino también un medio para transmitir ideas y construir la sociedad. Teniendo en cuenta las características de los medios de comunicación chinos de ultramar, *Ouhua* y *Eulam*, y el perfil de sus audiencias, esta representación mediática y la inmersión en este tipo de mensaje en realidad profundiza el grado de reconocimiento con la cultura china entre la comunidad china.

#### 5.4.2 La imagen del país de recepción en los medios chinos

Las organizaciones españolas dedicadas a la adopción internacional y España como país de acogida siempre aparecen en los medios chinos de forma positiva. De hecho, en 2003 ya encontramos noticias sobre la preocupación por parte de la familia real española por el bienestar de los niños en China y encontramos reseñas positivas en el texto sobre sus acciones caritativas.

Entre la brisa suave, la Reina Sofía de España, en su tercera visita a China, llegó el día 7 por la tarde a un lugar del norte de la capital, el Instituto del Bienestar Infantil de Pekín. Acompañada por la música tambores de una banda juvenil, la Reina Sofía, vestida con un traje gris claro y con el cabello canoso, entró con sonrisa en el salón de recepción del orfanato. Habiendo estudiado medicina pediátrica y trabajado como enfermera, esta vez ella va a donar más de 70.000 euros a un proyecto de Pekín de rehabilitación para los niños con parálisis cerebral<sup>141</sup> (07-03-2003, *Sohu*).

---

<sup>141</sup> Texto original: 和风中, 第三次访华的西班牙王后索菲娅7日下午来到京城北郊一隅的北京儿童福利院. 在少年乐队的鼓乐声中, 身着浅灰白色套装, 头发花白的索菲娅王后面带微笑, 轻盈步入福利院会客大厅. 曾经学习儿科医学, 当过护士的她此次将向北京脑瘫儿童康复项目捐赠7万多欧元.

La alta valoración de los medios chinos sobre la adopción de huérfanos chinos por parte de la sociedad española construye la imagen mediática del país de acogida para el público chino. En los medios de comunicación se difunde la emoción de agradecimiento a estos países, en nuestro caso, España, y a las familias adoptivas que son dispuestas a echar una mano (22-11-2016, *Eulam*, En el Día Internacional de la Infancia se centra en el estado de los huérfanos del mundo, una pareja española lleva a casa a un niño chino abandonado).

Las familias que ayudaron en el terremoto del 12 de mayo han sido muy generosas en su apoyo. A las familias españolas que han adoptado niños chinos y a nuestros amigos españoles que aman la cultura china: ¡China no os ha olvidado y China debe agradecerles!<sup>142</sup> (23-02-2016a, *Ouhua*).

En los medios de comunicación chinos, la comunidad española también suele estar vinculada a las actitudes frente a la accidentalidad de las adopciones internacionales, encontrando indignación, pesar e incompreensión en estos casos de fomento accidental, al tiempo que se señala que las mayores víctimas de la tragedia son los niños más débiles e indefensos. (04-10-2013 y 05-10-13, *Eulam*).

Las asociaciones relacionadas con la adopción españolas y los organismos acreditados para la adopción internacional españoles han tenido una cobertura positiva en los medios de comunicación chinos, que son solidarios para el bienestar de los niños en China. Hemos encontrado titulares que se centran en dichas asociaciones y organismos, cuyos miembros son en su mayoría padres adoptivos que proporcionan activamente a sus hijos adoptados acceso a la cultura china, celebran festivales tradicionales, así como ayudan y apoyan el bienestar de los niños huérfanos en China (La Asociación de Familias Adoptivas de Barcelona tiende la mano para crear oportunidades de adopción para los huérfanos chinos discapacitados 26-05-2017, *Eulam*).

---

<sup>142</sup> Texto original: “5. 12” 大地震, 这些家庭纷纷解囊相助. 最后, 在此对那些领养中国孩子的西班牙家庭以及这些孩子的父母, 还有热爱中国文化的西班牙朋友们道一声: 对你们博大无私的爱, 中国没有忘记你们, 中国应该感谢你们!

Tabla 24. Instituciones y asociaciones aparecidas en las noticias de medios chinos

|   |   |
|---|---|
| <p><b>OAAI y asociaciones competentes de España</b></p> | <p>Federación de Asociaciones de Adopción internacional<br/> ADECOP y PIAO<br/> Fundación AKUNA<br/> Asociación Nacional en Defensa del Niño (ANDENI)<br/> Consejería de Familia, Juventud y Política Social<br/> La Asociación de Familias Adoptantes en China (AFAC)<br/> Asociación para el Cuidado de la Infancia (ACI)</p> |
| <p><b>OAAI y asociaciones competentes de China</b></p>  | <p>Centro Chino de Bienestar Infantil y Adopción (CCCWA)</p>  |
| <p><b>Instituciones españolas</b></p>                   | <p>Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030<br/> Departamento de Servicios Sociales del Ayuntamiento de Madrid<br/> Centros de Atención a la Infancia de Madrid<br/> Consejería de Justicia, Interior y Administración Pública de Valencia</p>   |
| <p><b>Instituciones chinas</b></p>                      | <p>Embajada de la República Popular China en España<br/> Centro de Servicios Chinos para el Intercambio Académico<br/> Oficina de Educación de la Embajada China en España</p>  |
| <p><b>Centros culturales españoles</b></p>              | <p>Casa de Asia</p>   |
| <p><b>Centros culturales chinos</b></p>                 | <p>China Club Spain<br/> Instituto Confucio de Madrid<br/> Asociación de Chinos en España<br/> Centro Cultural de China en Madrid</p>   |

Fuente: Elaboración propia.

## 6. *Framing* de la adopción internacional China-España en medios chinos

En este capítulo hemos interpretado el tratamiento informativo longitudinal de *Ouhua* y *Sohu* a través de la aproximación hacia sus temas, titulares, actores, voces, y los descubrimientos sutiles que localizamos en el proceso de investigación. Con todo eso se presenta con claridad las versiones de *realidades* y la retórica oficial que están produciendo los medios chinos sobre la adopción con España.

En contraste con los medios españoles (*ABC* y *El País*), que no escatiman el espacio en desarrollar e interpretar el contexto sociocultural y económico asociado al fenómeno de la adopción, los medios chinos están muestran su propio énfasis desde la perspectiva del país de origen a los lectores. La versión narrativa de los medios chinos se quedó con que las familias adoptivas son gentes de “buen corazón” que comparten sus solidaridades con las niñas huérfanas de origen chino. Y que siempre apoyan y motivan en su conexión con la cultura china, sin indagar ni adentrarse en las razones y causas que están detrás del fenómeno adoptivo.

Gracias a la teoría del *framing*, que nos ofrece una perspectiva tanto teórica como metodológica para observar mejor el tratamiento informativo de los medios de comunicación hacia un mismo acontecimiento social. Detalladamente, lo que destacan, ignoran y emiten. ¿Y qué tipo de *realidades* sociales se están contando y revelando al público como resultado de estas prácticas y estrategias discursivas? En los medios chinos, se dio lugar a una retórica oficial a los adoptados de origen chino como “regalos del cielo” “puentes” “embajadores” entre la amistad china y española.

Observamos una representación desequilibrada hacia el panorama y evolución de la adopción con el examen de los temas. Lo que se está enfatizando y promoviendo en la mayoría se centra en el estado satisfecho de adaptación de los adoptados de origen chino y la buena relación familiar que han mantenido con sus “padres españoles”. Si nos fijamos en la etapa de adopción a que corresponden los temas con mayor relevancia, se concluye que los medios chinos prestan más atención en la posadopción. Es decir, la fase posterior del cumplimiento de la asignación de los niños y la vida de la familia adoptiva después de que los adoptados lleguen a la sociedad de acogida española.

Detalladamente, se enfoca en la construcción de las identidades de los adoptados, y el vínculo que se mantienen entre las familias con la cultura china y las raíces de sus hijos. Promueven una imagen positiva de la situación presente de los adoptados y sus

deseos de reconectar con su país de origen. La selección, énfasis y la representación final con los elementos informativos se centran en estas ideologías. Se convierten en los principios organizadores que son compartidos socialmente para los medios chinos a la hora de construir la realidad sobre la temática de la adopción entre China y los países extranjeros.

Las ideologías, según van Dijk (2005b, p.10) son “principalmente algún tipo de ideas, es decir, son *sistemas de creencias*” que son “socialmente compartidos por los miembros de una *colectividad* de actores sociales”. Así pues, las creencias y la interpretación sociocultural china hacia el concepto de “raíz” han dado lugar a la presente narrativa en los medios de comunicación chinos sobre el tema de la identidad cultural de estos adoptados.

En los medios chinos, con la aparición frecuente del contenido relacionado con el tema de “la adopción internacional con cultura de origen” y “búsqueda del origen” se retratan las *buenas intenciones* y el esfuerzo de los padres adoptivos en apoyar la conexión de los adoptados con la cultura china. Se transmite una actitud favorable por parte del país de acogida sobre la importancia de mantener los lazos de los adoptado con el país de origen. En esta línea, encontramos muchas citas de las palabras de apreciación de este tipo de acto de los padres y los discursos de las organismos y asociaciones españolas implicados.

Los medios de comunicación chinos hacen hincapié en la construcción de cercanía de los adoptados a la cultura china y no hemos observado la diversidad de descripción sobre su adaptación en la sociedad de acogida en otras escenas además del entorno familiar y los casos de discriminación. Se pone énfasis en representar su participación en las celebraciones de festivales tradicionales chinos, la degustación de comida china, el aprendizaje del idioma chino y el regreso a China para recuperar sus raíces, los cuales son promovidos por los padres adoptivos y las instituciones oficiales chinas como las prácticas más recomendables para sembrar la “*chinitud*” (Nieto, 2007) en los adoptados de origen chino. Según la definición de Nieto (2007, p. 47), el concepto “*chinitud*” se refiere a la “especie de esencia identitaria geopolítica, cultural y civilizatoria que la tradición del 'Reino del centro' (*zhongguo*) ha legado a sus miembros” y el “sentimiento de pertenencia nacional y cultural, en las concepciones étnicas y raciales del ser chino” (Nieto, 2007, p.199).

David Morley (1995) enfatiza el papel que desempeñan los medios de comunicación en la formación, transformación y mantenimiento de la identidad cultural. Consideramos que las representaciones sobre las connotaciones culturales que conciernen con el “ser chino” en la discusión sobre la identidad de los adoptados de origen chino, en cierta medida, contribuye a la conexión entre los miembros de la comunidad china en España y la cultura china y su construcción de la identidad china, puesto que ellos constituyen los principales consumidores del contenido de los medios chinos que se residen en España

## **Parte IV**

### **Representación visual en las noticias chinas y españolas sobre la adopción China-España**



## 0. Introducción

Los textos mediáticos son considerados como multimodales puesto que no solo el lenguaje escrito, sino también el lenguaje visual contribuye al mensaje integral (Caldas-Coulthard, 2003). En la producción y comunicación de noticias, las imágenes contribuyen al *framing* de las noticias, sin embargo, los estudios sobre elementos visuales siguen siendo escasas en comparación con los elementos textuales en términos de su capacidad de encuadrar el mensaje mediático (Coleman, 2010). En este capítulo nos interesa averiguar las aportaciones visuales —imágenes insertadas en el cuerpo de las noticias de ambos medios— en la representación de la temática de la adopción entre China y España.

Los elementos visuales son algo más que meros complementos del texto, ya no se consideran como “pistas periféricas”, lo visual es el mensaje (Rodríguez y Dimitrova, 2011). La selección de imágenes de diferentes personajes implica ya una forma de relación interpersonal que quieren resaltar los medios, lo cual nos muestra el enfoque y las estrategias de los medios para tratar el tema de la adopción. Las relaciones interpersonales enfatizadas, la posición de la cámara y los entornos de las imágenes adquieren su significado en un proceso interactivo. Poses y expresiones reflejan las diferentes distancias sociales de los personajes y los ángulos y composiciones crean diferentes experiencias emocionales para los lectores.

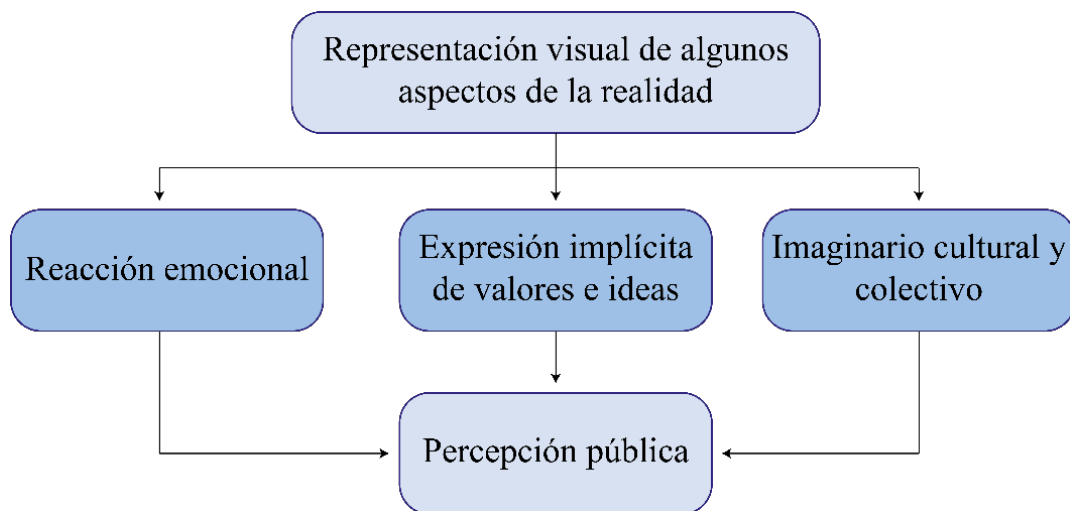
Las adopciones internacionales entre China y España se hacen más complejas por factores sociales, culturales y económicos. Queremos explorar si los medios de comunicación de ambos países utilizan la presentación de la relación familiar adoptiva como marco visual principal. También queremos explorar si presentan los elementos culturales del país de origen del adoptado, lo que se relacionaría con las actitudes del Gobierno chino y de las familias adoptivas frente al tema de la identidad cultural del adoptado.

Teniendo en cuenta la importancia de la representación visual en el tratamiento informativo hacia la temática y nuestros objetivos investigadores, se aplica el análisis de contenido cuantitativo y cualitativo como el principal método en este capítulo. Primero, para constatar si la relación familiar domina en los mensajes visuales, identificamos el “contexto humano, es decir, aquellos que describen a las personas que aparecen en las imágenes” (López del Ramo y Humanes, 2016, p.91). Nos interesa saber cuáles son los actores representados visualmente con más frecuencia en las noticias sobre la adopción.

Después, se realizará una interpretación cualitativa partiendo de los cuatro niveles del encuadre visual planteados por Rodríguez y Dimitrova (2011). Esta perspectiva tiene en cuenta tanto los elementos visuales de la imagen, como los significados potenciales que aportan y el análisis basado en experiencias culturales. Los cuatro niveles consisten en: 1) Elementos visuales como sistemas denotativos 2) Elementos visuales como sistemas estilo-semióticos 3) Elementos visuales como sistemas connotativos 4) Elementos visuales como representaciones ideológicas.

El *framing* visual, por un lado, estimula la experiencia emocional de la audiencia a través de la presentación de algunos elementos visuales, entornos y gestos de los personajes, orientando la atención pública hacia el acontecimiento; por el otro, condiciona el “imaginario cultural” en el que se desarrolla el acontecimiento y el “imaginario colectivo” hacia los personajes implicados y sus relaciones. Estos ganchos visuales que tienen sus propias connotaciones culturales pueden ser captados y filtrados más rápidos por los lectores que vienen de determinado contexto sociocultural, condicionando así su percepción hacia el asunto representado.

Figura 52. Relación entre el encuadre visual con la percepción pública



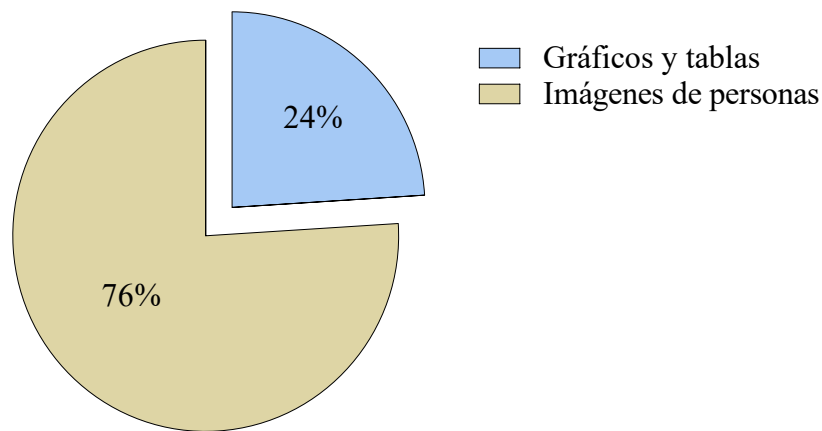
Fuente: Elaboración propia.

## 1. La representación visual en los medios españoles (*ABC* y *El País*)

### 1.1 Características principales de la representación visual

Se encuentran en *El País* y *ABC*, un total de 71 imágenes insertadas en los 126 artículos noticiosos (Tabla 25). Estas imágenes se pueden dividir en dos categorías principales. En primer lugar, las *imágenes de gráficos y tablas*, que ocupan un 24% (Figura 52). Se emplean para presentar datos estadísticos de la evolución de la adopción internacional en España y su situación actual, desglosadas generalmente por continentes de origen y países de origen (en que destaca China). Además de enriquecer el formato de la información, ayudan a los lectores a acceder a datos específicos sobre el panorama del fenómeno de forma más clara y rápida. Esta categoría de imágenes es común en los artículos de noticias que se centran en el tema del contexto de la adopción, cambios políticos y la tendencia de su futuro desarrollo.

Figura 53. Porcentaje de gráfico e imágenes de personas en *ABC* y *El País*



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 25. Distribución de imágenes en medios españoles

|                | Gráfico y tabla | Imágenes de personas | Cantidad de imágenes | Cantidad de noticias |
|----------------|-----------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| <i>ABC</i>     | 10              | 26                   | 36                   | 77                   |
| <i>El País</i> | 7               | 28                   | 35                   | 49                   |
| En total       | 17              | 54                   | 71                   | 126                  |

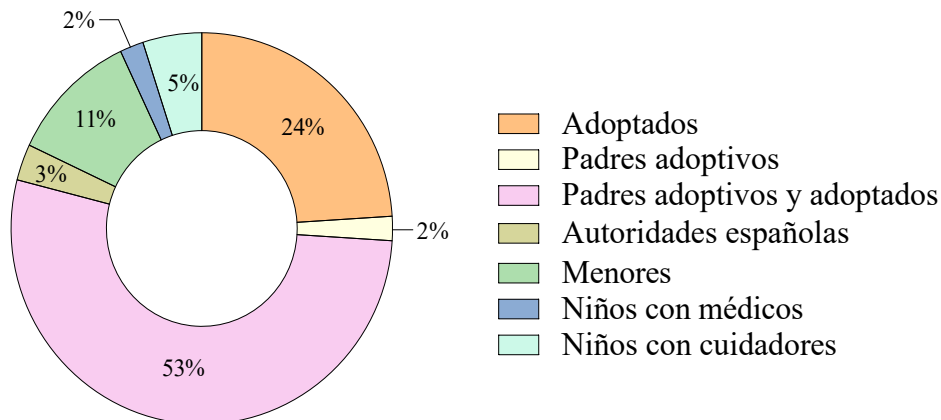
Fuente: Elaboración propia.

Otro tipo de imágenes consiste en las *imágenes de personas*, que se centran en representar los actores o protagonistas de la adopción de forma gráfica, que constituyen el 76% del total de las imágenes recopiladas. Estas imágenes, como parte del encuadre noticioso, cumplen la función de configurar la percepción pública hacia los adoptados y sus padres, así como otros actores involucrados, transmitiendo valores e ideologías específicas que exploraremos y analizaremos en los siguientes apartados.

## 1.2 Figuras del contexto humano en la representación visual

En *ABC* y *El País*, lo más habitual es que los padres adoptivos y los hijos aparezcan juntos en las fotos como protagonistas, con un 53%. Después, se sitúan los adoptados y la representación de menores no identificados, con un 24% y 11% respectivamente (Figura 53). A pesar de la amplia cobertura de las familias adoptivas en ambos medios, existen algunas diferencias sutiles (véase datos detallados en Tabla 26).

Figura 54. Contexto humano en las fotos de medios españoles



Fuente: Elaboración propia.

Observamos que *ABC* pone más énfasis en la presentación de la familia adoptiva en conjunto, mientras que *El País* concentra la representación visual de los adoptados, que a menudo sus imágenes son insertadas en textos con temas como *la adolescencia e identidad* de los adoptados. A partir de la identificación de los protagonistas de las imágenes de las noticias, nos ayuda a lograr una comprensión más integral de la representa-

ción de la adopción en los medios de comunicación españoles. A continuación, proponemos ejemplos para comprender cómo los medios de comunicación españoles encuadran visualmente la relación familiar bajo la temática de adopción transnacional.

Tabla 26. Protagonistas en las imágenes en *ABC* y *El País*

|                | Adoptados | Padres adoptantes | Padres y adoptados | Autoridades | Menores | Niños con médicos | Niños con cuidadores |
|----------------|-----------|-------------------|--------------------|-------------|---------|-------------------|----------------------|
| <i>ABC</i>     | 0         | 1                 | 19                 | 1           | 5       | 0                 | 1                    |
| <i>El País</i> | 13        | 0                 | 10                 | 1           | 1       | 1                 | 2                    |
| En total       | 13        | 1                 | 29                 | 2           | 6       | 1                 | 3                    |

Fuente: Elaboración propia.

### 1.2.1 Relación familiar en la representación visual

Domina en los medios españoles el encuadre visual de la *relación familiar* en el contexto de adopción China-España. Lo mismo puede ser revelado directamente por la mayor presencia de los adoptados y sus padres como protagonistas en las fotos de las noticias. Este tipo de imágenes, con la captación de las diferentes escenas vida cotidiana juntos los adoptados y sus padres adoptivos, puede contribuir a una mayor conexión del lector con la familia adoptiva, evocando su empatía. Como la intervención de los padres en la educación de los adoptados, proporcionan su apoyo y cariño. Y la acción de grabar los momentos significativos del crecimiento de la adoptada como memorias según han mostrado dos ejemplos abajo.

Figura 55. Relación familiar en las imágenes de las noticias españolas



Fuente: izquierda: «Debe moverte el amor y las ganas de darles todo en la vida», 08-05-2005, *ABC*.

Imagen derecha: El viaje de Zhao, 13-05-2007, *El País*.

Asimismo, este enfoque puede fortalecer la comprensión del público acerca del concepto de familia adoptiva y los modelos diversificados de la relación familiar. A continuación, nos centramos en el encuadre visual de la *relación familiar* adoptiva a partir de los cuatro niveles de encuadre visual propuestos por Rodríguez y Dimitrova (2011). Discutimos qué valores y conceptos se transmiten al lector a través de la selección de personajes, objetos, planos y la captación de determinadas expresiones y acciones.

### Nivel 1. Elementos visuales como sistemas denotativos

Las fotografías de noticias sobre relaciones familiares hacen hincapié en representar la cotidianidad de los padres adoptivos y adoptados. Al identificar el entorno, es posible ver que las fotografías están tomadas en hogares, parques, o lugares con significados connotativos sobre la adopción, como aeropuertos e instituciones culturales, en los que se celebran los encuentros de la comunidad adoptiva.

Figura 56. Las imágenes en las noticias españolas



Fuente: Imagen izquierda extraída de la noticia: “La adopción internacional cae un 70% por la crisis y el aumento de requisitos”, 06-03-2011, *ABC*. Imagen derecha: “China vuelve a colocarse en cabeza”, 08-12-2009, *ABC*.

En cuanto a los objetos, se observan juguetes en las fotos en manos de adoptados mientras los padres los acompañan. El adoptado es casi siempre el centro de atención de los adultos, rodeado de padres adoptivos y familiares. Al mismo tiempo, hay niños cuyos rasgos faciales están cubiertos por mosaicos, con motivo de proteger de la intimidad de los protagonistas menores. Y las anotaciones de las fotos pueden servir para obtener información sobre la identidad de los protagonistas.

## Nivel 2. Elementos visuales como sistemas estilo-semióticos

Se nota que las fotografías en cuestión, sin excepción, no son sofisticadas en su composición, lo que evoca cierta naturalidad. En lugar de ser previamente arregladas las escenas y los protagonistas posados, se presentan los momentos instantáneos en los que los padres están interactuando con sus hijos adoptivos de forma natural. Este enfoque busca resaltar la representación de las situaciones cotidianas y acercar al lector a la vivencia genuina de la familia adoptiva.

Además, la posición de la cámara y el enfoque de planos de la fotografía desempeñan un papel crucial en la representación. Las fotos suelen ser tomadas desde abajo o desde arriba (como los ejemplos) o se emplea encuadres horizontales. Esta perspectiva establece una proximidad emocional entre los lectores y los sujetos fotografiados. En estas composiciones, el adoptado ocupa el primer plano, lo que lo convierte en el foco central de la mirada. El adoptado se encuentra a menudo cercano a sus padres, adoptando posturas afectivas, a menudo representados en abrazos y gestos afectuosos.

La captura de expresiones y acciones resalta la interacción familiar, como las sonrisas *sinceras* y miradas *simpáticas* en los rostros de otros personajes cuando están junto a los adoptados. Estos detalles no solo enriquecen el significado de las imágenes, también fomentan la interacción emocional entre el público y el contenido visual mostrado. Las fotos adoptan un enfoque que prioriza la naturalidad y espontaneidad al representar la relación entre los adoptados y sus padres.

Figura 57. Imágenes en las noticias españolas



Fuente: Imagen izquierda extraída de la noticia: «La adopción está totalmente paralizada», 14-01-2018, *ABC*. Imagen derecha: “Una vida nueva para el héroe del basurero”, 06-12-2016, *El País*.

### Nivel 3. Elementos visuales como sistemas connotativos

En este nivel, “las personas y los objetos que aparecen en las imágenes no sólo denotan un individuo, cosa o lugar concreto, sino que también ilustran ideas o conceptos vinculados a ellos” (Rodríguez y Dimitrova, 2011). En las imágenes no faltan signos que llevan connotaciones especiales en la representación de la temática. Con padres e hijos como protagonistas se intenta mostrar la adaptación de los adoptados en el medio familiar en la posadopción. Las poses íntimas y las expresiones felices, así como la captación del entorno, ponen de relieve el amor y el cariño que el adoptado recibe por parte de los adoptantes españoles.

La diferencia de rasgos entre el adoptado y los demás protagonistas de la foto traza el contexto de la adopción transnacional y activa el esquema interpretativo de los lectores al contactar con el contenido visual. Además, en algunas de las imágenes aparecen objetos relacionados con la cultura china, que manifiestan las estrategias adaptadas por las familias adoptivas a la hora de tratar el tema de la conexión cultural entre el adoptado y su país de origen, lo cual desarrollaremos en el siguiente apartado.

### Nivel 4. Elementos visuales como representaciones ideológicas

En este nivel se intenta explorar las ideas que ilustran la reunión de los símbolos, la posición de cámara, el diseño de los planos y otros elementos discretos visuales en las imágenes y a qué intereses sirven estas representaciones. Teniendo en cuenta las características de las imágenes que hemos mencionado anteriormente, consideramos que la representación visual ha transmitido la imagen positiva de la relación familiar, centrándose en el amor que han recibido los adoptados por parte de sus padres y la alegría que comparte la familia adoptiva. El protagonismo dado a este tipo de encuadres en los medios de comunicación españoles transmite al público la idea de que estos niños adoptados de origen chino están creciendo felices y sanos, así como bien integrados en sus familias.

### 1.3 Símbolos culturales chinos en la representación fotográfica

Por parte de las instituciones chinas, se aconseja a las familias adoptivas con niños de origen chino que mantengan la conexión de sus hijos con la cultura china, fortaleciendo su conocimiento sobre su país de origen para contribuir a su autoestima y evitar la crisis de identidad que se produce en algunos casos que ignoran la cultura del país de nacimiento del adoptado (Yu, 2012).

Descubrimos que los padres adoptivos españoles han hecho esfuerzos para educar a sus adoptados sobre la cultura china en el seno familiar. En las imágenes, encontramos algunos símbolos relacionados con la cultura china, en concreto, esta investigadora ha localizado siete imágenes en las que aparecen elementos simbólicos en las 55 imágenes de personas (he aquí algunos ejemplos) cuatro en *El País* y tres en *ABC*.

Figura 58. Imágenes en las noticias españolas



Fuente: Imagen izquierda extraída desde la noticia: “¡En el cole me llaman chino!", 17-02-2016, *El País*. Imagen derecha: China restringirá más las adopciones y tendrá en cuenta hasta las multas de tráfico, 29-04-2007, *ABC*.

La foto izquierda ha mostrado que, en una fiesta de la comunidad adoptiva organizada para celebrar el Año Nuevo chino, las madres llevan cheongsams y los niños trajes tradicionales chinos, actuando juntos en el escenario. En los hogares adoptivos, también observamos sombrillas de papel-aceite, pandas de peluche como juguetes para los niños y artículos de decoración para los hogares. En algunas imágenes encontramos lugares que marcan claramente el paisaje chino, como la foto derecha donde vemos a un grupo de padres adoptivos frente a la Plaza de Tiananmen en Pekín, después de haber recibido la asignación oficial para ir a China a recoger a su hijo.

Estos elementos chinos indican, por un lado, la temática de la adopción internacional, especialmente entre China y España. Las representaciones visuales pretenden co-

nectar el tema con la cultura y el contexto de China. Esta conexión se consigue presentando vestuario, comida, arquitectura y otros objetos que son considerados como símbolos culturales chinos. La introducción de estos elementos culturales refleja la naturaleza intercultural y transfronteriza de la adopción internacional, ayudando a los lectores a comprender mejor la complejidad de la adopción internacional.

#### 1.4 Representación del orfanato y el estado de los menores

Encontramos en los medios españoles imágenes protagonizadas por menores no identificados. El escenario de estas imágenes puede ser un aula o, en algunos casos, un orfanato. Suelen mantener su mirada a la cámara, lo cual atrae la atención del espectador y despierta su simpatía. Consideramos que este tipo de mirada ayuda a construir la imagen inocente de los niños, añadiendo dimensión narrativa y atractiva a las imágenes con mayor empatía.

Figura 59. Imágenes de los menores en las noticias españolas



Fuente: Imagen izquierda extraída desde la noticia: “China ya no abandona a sus hijos”, 01-07-2019, *El País*. Imagen derecha: “Caen en picado las adopciones en China por familias españolas”, 12-05-2012, *ABC*.

El ángulo de la cámara sitúa al espectador en la posición de un sujeto que se encuentra en medio de ambientes precarios, con carencias (como en el caso del orfanato), enfatizando la indefensión y vulnerabilidad de los niños y su necesidad de ser queridos y cuidados. Se estimula así la preocupación y el interés del lector por la adopción internacional como salida a esas situaciones; es decir, se despierta el deseo de protección de quien lo ve. Este encuadre visual evocar un sentido de responsabilidad y preocupación

por el bienestar infantil, a través de la representación de los niños en situaciones carentes del amparo de una familia.

## 2. Representación visual en los medios chinos (*Ouhua* y *Sohu*)

### 2.1 Características principales de la representación visual china

Se registran más imágenes en *Ouhua* (el medio chino más grande que reside en España) que en *Sohu* (Tabla 27). Las fotos del primero se centran en representar los eventos, actividades, encuentros que tienen lugar en España, organizados por la comunidad adoptiva y las instituciones chinas. Entre otros, se destaca la celebración con motivo del año nuevo chino. En cuanto a *Sohu*, concentra representación visual hacia el viaje de la familia adoptiva en China, sea por visitas a los orfanatos donde tenían estancia los adoptados sea por la búsqueda a la familia biológica en el lugar de nacimiento del adoptado.

Desde el nivel de las características principales, encontramos enfoques diferentes entre los medios chinos y españoles en cuanto al uso de las imágenes. En los medios chinos, se detecta la ausencia de gráficos o tablas con respecto a la estadística de adopción, lo cual se contrasta con los medios españoles. Las imágenes carecen de notaciones para proporcionar información contextual que ayudaran a los espectadores a comprender mejor las situaciones y relaciones presentadas en las imágenes. Asimismo, a pesar de la coincidencia de los principales protagonistas en medios chinos y españoles, el mensaje que transmiten conlleva matices distintos.

Tabla 27. Datos de imágenes en medios chinos

|                      | <i>Sohu</i> | <i>Ouhua</i> | En total |
|----------------------|-------------|--------------|----------|
| Cantidad de imágenes | 53          | 104          | 157      |
| Cantidad de noticias | 28          | 33           | 61       |

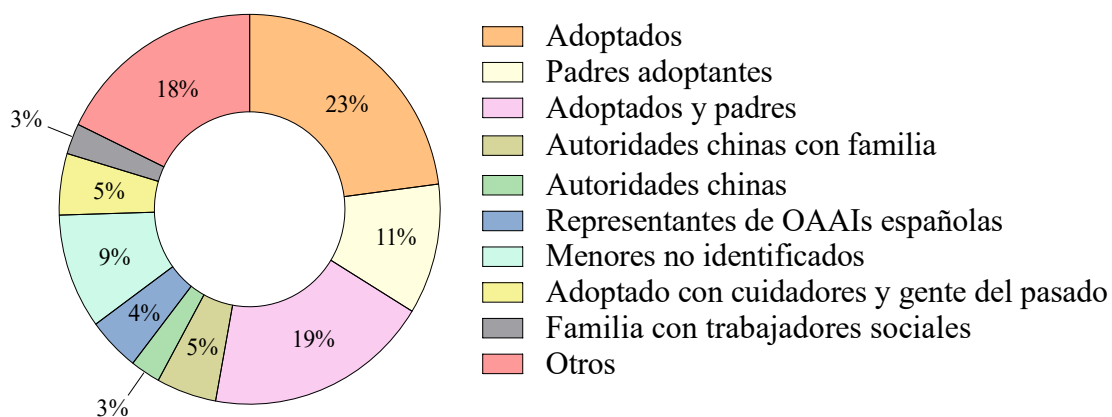
Fuente: Elaboración propia.

Los medios españoles hacen hincapié en la integración satisfecida de los adoptados en el entorno familiar. En el caso de *Ouhua* y *Sohu*, con la misma aparición de los padres y adoptados en las fotos, se está generando un mensaje añadido, que es la actitud positiva de las familias adoptivas-adoptados frente al mantenimiento de la raíz cultural de los adoptados. Un comportamiento que China, como país de origen de adopción internacional, siempre ha promovido. En los siguientes apartados, nos centramos en desarrollar algunos aspectos que contribuyen a dicha representación.

## 2.2 Figuras del contexto humano en la representación visual

En los medios chinos surgen personajes que no los encontramos en los medios españoles, algunos de los cuales entendemos que están relacionados con todo el proceso complejo de la adopción y las consecuencias sucesivas, como la *búsqueda del origen* y la *conexión con la cultura china*. Eso también tiene que ver con el enfoque de los medios chinos en su tratamiento informativo sobre la temática desde la perspectiva del país de origen, lo cual condiciona la representación de diferentes personajes y sus relaciones.

Figura 60. Contexto humano en las imágenes en medios chinos



Fuente: Elaboración propia.

Entre las nuevas categorías de personajes se encuentra, por ejemplo, *familia adoptiva con los trabajadores sociales*, se refieren específicamente al personal chino que ayudan y apoyan a la familia adoptiva cuando vuelven al orfanato en China para conocer las raíces de los adoptados (Figura 60). *Los adoptados con cuidadores o gente del pasado*, indican a las personas que cuidaron del adoptado cuando vivía en el orfanato o a aquellas personas que conocen cierta información de su pasado. La categoría, *otros*<sup>143</sup>, abarca personajes que nos resultan difícil de clasificar con precisión, o cuyos personajes no son especialmente relevantes para la adopción.

---

<sup>143</sup> Se refiere a imágenes con protagonistas que no consideramos significativos con la temática de adopción, también se incluyen lugares, objetos, detalles de los acontecimientos culturales. Fotos de documentos, figuras de delincuentes en casos de violencia.

A diferencia de los medios españoles, *los adoptados* son los protagonistas más frecuentes de las imágenes en medios chinos, pero no están relacionados con el tema de identidad y adolescencia sino aparecen como protagonistas en diferentes actividades culturales y concursos. Después se encuentran *los padres adoptivos con los adoptados*, es decir, la representación de la familia adoptiva que también aparece en las noticias con mucha frecuencia. En cuanto a *los adoptados con autoridades chinas*, también constituye una categoría nueva que no la hemos registrado en los medios españoles. Las imágenes de esta categoría se centran en mostrar la interacción de los representantes de las instituciones oficiales chinas con la familia adoptiva española. Y generalmente estas imágenes tienen que ver con las actividades para la reunión de la comunidad adoptiva y otras ceremonias que se convocan para que las familias adoptivas conozcan más sobre la cultura china y que se celebren juntos días festivos importantes chinos, como el año nuevo chino.

El peso de los protagonistas según la tabla muestra disimilitudes entre los propios medios chinos. Por un lado, *Sohu*, como medio de comunicación en China, mira más el retorno de las familias adoptivas durante el viaje de la búsqueda a los padres biológicos y las visitas a los antiguos orfanatos. Por otro lado, *Ouhua*, como mayor medio de comunicación en lengua china en España, cuida más en representar la comunidad adoptiva y su vida en España. Además, *Ouhua* tiene el acceso a diversas actividades organizadas por asociaciones chinas y españolas debido a la cercanía geográfica.

Tabla 28. Numérica de distribución de los protagonistas en las imágenes chinas

| Categoría                                  | <i>Sohu</i> | <i>Ouhua</i> | Total |
|--|-------------|--------------|-------|
| Adoptados                                  | 14          | 22           | 36    |
| Padres adoptantes                          | 6           | 11           | 17    |
| Adoptados y padres                         | 13          | 17           | 30    |
| Autoridades chinas con familia             | 0           | 8            | 8     |
| Autoridades chinas                         | 0           | 4            | 4     |
| Representantes de OAAIs españolas          | 1           | 6            | 7     |
| Menores no identificados                   | 1           | 14           | 15    |
| Adoptado con cuidadores y gente del pasado | 8           | 0            | 8     |
| Familia con trabajadores sociales          | 4           | 0            | 4     |
| Otros                                      | 6           | 22           | 28    |
| En total                                   | 53          | 104          | 157   |

Fuente: Elaboración propia.

### 2.2.1 La representación de la conexión con la raíz de los adoptados

La conexión de la familia adoptiva con el país de origen-la cultura del país de origen es el encuadre visual más destacado en los medios chinos. Esta conexión adquiere su sentido tanto desde la mostración de los intentos de la familia por la familiarización de la cultura china como desde la representación del regreso de los propios adoptados a China para conocer su pasado. Aunque algunas de las presentaciones de los protagonistas de las familias adoptivas hacen referencia a su buen y cálido ambiente familiar, la mayoría de las apariciones de las familias adoptivas y de los adoptados están relacionadas en realidad con este encuadre visual destacado.

Los elementos connotativos y estrategias utilizados en los medios chinos encuadra con el conocimiento de los usuarios de dichos medios. Como el énfasis en mostrar el trasfondo que rodea a los protagonistas y la presentación de los detalles del acontecimiento. Se activa el marco de comprensión de la comunidad china en España (principales usuarios de *Ouhua*) o de los lectores chinos que están en China (principales usuarios de *Sohu*), reconociendo el mensaje principal que la imagen intenta transmitir. Es decir, que el grupo de niños adoptados ha crecido en España feliz y que la familia adoptiva está muy encantada de mantener sus raíces y el contacto amistoso con China.

Figura 61. Imágenes en las noticias chinas



Fuente: Imagen izquierda: 11-02-2014, *Ouhua*. Imagen derecha: 08-02-2016, *Ouhua*.

A continuación, nos centramos en aspectos más detallados de las imágenes en medios chinos con los cuatro niveles de encuadre visual propuestos por Rodríguez y Dimitrova (2011). Discutimos cómo han conseguido transmitir al lector dicho mensaje a través de la representación visual.

## Nivel 1. Elementos visuales como sistemas denotativos

En los medios chinos, se utilizan imágenes variadas para mostrar la relación entre el adoptado y sus padres, así como sus interacciones con la cultura del país de origen. Se nota la diversidad tanto en la mostración de las escenas como de los protagonistas. En cuanto a los protagonistas de las imágenes, la mayoría son adoptados, o los adoptados junto con los padres adoptivos. La aparición de los representantes del Centro Cultural de China que y de otros Organismos de Adopción Internacional españoles también cobran mucha importancia en este encuadre.

Entre los entornos y escenas representadas, se encuentran las celebraciones culturales (*Ouhua*) organizadas por el Centro Cultural de China en Madrid en colaboración con Organismos Acreditados para la Adopción Internacional como Akuna (Figura 61). Otro tipo de escenario constituye los orfanatos chinos y los lugares de nacimiento de los adoptados (*Sohu*) (Figura 62). Se observa que en *Ouhua* hay muchos ejemplos en retratar el comportamiento de la comunidad adoptiva en vez de centrar en familia singular, con el fin de transmitir un fenómeno y un comportamiento colectivo—su cercanía hacia la cultura china.

Figura 62. Imágenes en las noticias chinas



Fuente: Imagen izquierda extraída desde la noticia 05-08-2018, *Sohu*. Imagen derecha: 12-09-2005, *Sohu*.

## Nivel 2. Elementos visuales como sistemas estilo-semióticos

Descubrimos que algunas de las fotografías tomadas en los medios de comunicación chinos, especialmente en *Ouhua*, tiene muy bien pensada en la posición de la cámara. La atención se centra en la forma en que el medio resalta la relación entre los personajes

y el entorno para promover la transmisión del mensaje. La presentación de la colectividad de las familias adoptivas se realiza a través de un encuadre y ángulos de cámara cenital que destacan las presentaciones panorámicas y detalladas. Eso contribuye a la presentación a más participantes en la escena y, al mismo tiempo, dar una visión lateral de los detalles. Lo que esta puesta en escena quiere resaltar es la participación y adhesión activa de la comunidad adoptiva en los eventos culturales. Al igual que en los medios españoles, en la captación de la conexión emocional entre el adoptado y el padre adoptivo se refleja a través del encuadre de momentos íntimos, mostrando sus poses afectivas, las sonrisas y los gestos como los abrazos.

Figura 63. Imágenes en las noticias chinas



Fuente: Imágenes extraídas desde la noticia 27-01-2016, *Ouhua*.

### Nivel 3. Elementos visuales como sistemas connotativos

Los personajes y los elementos aparecidos adquieren connotaciones en el contexto. Se contrastan fotografías de retratos de adoptados y padres adoptivos sumergidos en el entorno cultural construido del país de origen, resaltando así su identidad y la temática de la noticia. La presencia de símbolos culturales chinos implica el mensaje que los medios de comunicación intentan transmitir. La vestimenta tradicional china, la comida, la decoración de festivales, el color rojo, que en la cultura china significa festividad, y la indicación de escenas del orfanato favorece a la interpretación de los lectores chinos con sus conocimientos y experiencias socioculturales. Como, por ejemplo, en la imagen derecha, el vestirse en Cheongsam de la directora de Akuna, está revelando el apoyo a los eventos con fin de promover el conocimiento hacia China entre la comunidad adoptiva.

Figura 64. Imágenes en las noticias chinas



Fuente: Imagen izquierda: 11-02-2014, *Ouhua*. Imagen derecha: 08-02-2016, *Ouhua*.

#### Nivel 4. Elementos visuales como representaciones ideológicas

La idea central de los medios chinos en la representación visual se enfoca en transmitir el apoyo de la familia adoptiva hacia el mantenimiento cultural de los adoptados y sus deseos de encontrar a sus familias biológicas. Se destaca la importancia de la familia y la comunidad adoptiva en la transmisión de la cultura y los valores, junto con la promoción de las instituciones chinas. La representación de menores con diferentes rasgos aprendiendo e interactuando juntos en las escenas subraya la difusión de la cultura china ha posibilitado el intercambio intercultural. Los conceptos como la *educación de chino* y *amistad* se transforman y subliman aquí. También está en consonancia con la estrategia china de promover la enseñanza de la lengua china en el extranjero para ampliar su influencia cultural.

##### 2.2.2 La representación de la participación del país de origen en el posadopción

Los representantes de las instituciones chinas en España han aparecido en las imágenes de medios chinos, ausentes en la representación visual española. Se han mostrado su participación en las celebraciones y actividades de la comunidad adoptiva. Suele ser rodeado por los menores adoptados, con gestos calurosos y se muestra su cariño con estos niños que tienen su raíz en China.

Su presencia puede proyectar una imagen positiva de China como país de origen, que participa activamente en la posadopción y la atención integral hacia el bienestar infantil. Contribuye a una opinión favorable entre la comunidad china en España de la res-

ponsabilidad que se han empeñado las instituciones oficiales chinas con los niños adoptados de origen chino. Asimismo, consiguen a transmitir la importancia que se concede a la familiarización de los adoptados a la cultura su país de origen a pesar de ser integrados ya en un nuevo entorno, favoreciendo su construcción de identidad cultural china.

Figura 65. Imágenes en las noticias chinas



Fuente: Imágenes extraídas desde 11-02-2014, *Ouhua*.

## 2.4 Los menores en la representación visual

Debido a la singularidad del tema de la adopción internacional, los menores son naturalmente los puntos de interés. En los medios se puede encontrar una serie de imágenes que muestran la situación de los niños, intentando llamar la atención del público hacia sus derechos, situación e intereses. Los primeros planos permiten al lector centrarse en las expresiones faciales de los niños y las escenas en las que se sitúan.

Figura 66. Imágenes en las noticias chinas



Fuente: Imagen Izquierda extraída desde la noticia: 16-01-2017, *Ouhua*. Imagen central: 24-01-2017, *Ouhua*. Derecha: 08-07-2012, *Sohu*

Solemos localizar los menores con rasgos chinos y españoles que participan en las celebraciones por motivo del año nuevo chino o en eventos organizados por las escuelas

del idioma chino (sobre todo en *Ouhua*). De esta forma, sus rasgos que son codificados como de diferentes orígenes y culturas, ahora se visten con los trajes tradicionales chinos y comparten la alegría por el mismo motivo. Su reunión se convierte en un símbolo de la amistad entre China y España gracias a la enseñanza del idioma chino en España.

Estas imágenes pueden transmitir la importancia del respeto mutuo y la comprensión de las diferentes culturas. Subrayan la necesidad de apreciar y respetar el origen y cultura de los demás en lugar de ver las diferencias como obstáculos. Ponen de relieve la riqueza de las distintas tradiciones chinas y ese intercambio puede resultar significativo en el desarrollo educativo y social de los niños. Al mismo tiempo, encontramos algunas imágenes indirectas y sutiles en cuanto a su relación con la noticia, como la noticia del 8 de julio de 2012 en *Sohu*, en la que se utiliza la foto de una niña china sonriente delante de una pizarra llena de caracteres chinos y pinyin. Esta noticia es titulada “Con la esperanza de que no se pierdan las tradiciones culturales, los niños chinos adoptados en Madrid aprenden chino gratis”.

Con el intento de que el lector asocie esta imagen con los niños adoptados chinos que aprenden el lenguaje de su país de origen en Madrid, se complementa así la historia. La imagen se interpreta de forma que el lector piense en los niños chinos adoptados en Madrid aprendiendo chino, avanzando así la historia. Al mismo tiempo, la presentación de la sonrisa feliz de la niña hace que el lector asocie el aprendizaje del chino para los adoptados con emociones positivas. Esto es un reflejo de difusión de ideología y el *framing* de la cuestión de conectar a los niños adoptados con la cultura china en los medios de comunicación chinos.

## 2.5 La representación de los adoptados en medios chinos

A diferencia de los medios españoles, que presentan imágenes de la vida cotidiana de los adoptados, en los medios chinos encontramos imágenes con los adoptados como protagonistas en situaciones distintas. No se centran en mostrar las escenas cotidianas que viven los adoptados, sino su participación en las actividades culturales y su viaje a China. Desde la observación, se puede notar que hay tanto adolescentes como niños. Se muestran su autoconfianza, talento y que están muy bien educados e integrados.

Figura 67. Imágenes en las noticias chinas



Izquierda y central: Noticia 16-12-2016, *Ouhua*. Derecha: 07-07-2019, *Sohu*.

Asimismo, la relación entre el entorno visualmente representado y la aparición de los propios adoptados como protagonistas ya implica una connotación ideológica en la comunicación. Es decir, se transmite su adhesión a los eventos para conocer su país de origen y la conexión con otros adoptados que comparten la experiencia. Y las fotos del viaje a China, hablan por sí solas. Cuando entran en una etapa llena de curiosidades, los adoptados empiezan a plantear dudas sobre de dónde vienen y cómo ha sido su historia del pasado. En este caso, se muestran el apoyo y la comprensión de los padres. Los acompañan con mucho cariño su camino en la búsqueda del origen.

### 2.3 Símbolos culturales en la representación visual

Una de las categorías que examinamos para conseguir a entender la representación visual china son en qué medida las fotos muestran símbolos culturales. Detalladamente, se tratan de objetos relacionados con la construcción de lo que podríamos denominar “*chinitud*” (Nieto, 1998, 2007) o los que fortalecen ese sentido de pertenencia a una misma civilización en el contexto de globalización, en la que condiciona la diáspora china y el hecho social de la adopción internacional. En los discursos mediáticos chinos, se despliega la idea de que a pesar de que ahora mismo viven en terrenos remotos, los adoptados de origen chino comparten la misma herencia cultural como sus ancestros y los chinos de ultramar. Según concluye Nieto (1998):

Muchos de los aspectos históricos, sociales y culturales que han confluído en la configuración actual de una amplia gama de sentimientos vinculados a la nación china; llámense orgullo nacional, patriotismo, nacionalismo, pertenencia a una única y verdadera civilización o incluso una misma “raza” (p. 146).

Nuestro proceso de identificación de fotos con símbolos culturales es compatible con la clasificación de otras categorías mostradas en la tabla. Esto significa que el protagonista de la imagen puede ser una persona concreta, mientras que al mismo tiempo hay elementos representativos de la cultura china que pueden reconocerse en la imagen. Asimismo, sale a la vista nuestro criterio importante en el análisis que es interpretar estos símbolos manifiestos desde la dimensión del sentido que expresan en su contexto, con el fin de entender el significado sutil que quieren transmitir y “eso solo es posible desde un acercamiento al mundo conceptual, a las representaciones de los propios sujetos constructores de cultura” (Guerrero Arias, 2002, p.76).

Figura 68. Imágenes en las noticias chinas



Fuente: Imagen derecha extraída desde: 27-01-2016, *Ouhua*. Imagen izquierda: 08-02-2019, *Sohu*.

Para mantener a los adoptados conectados con la cultura china y ayudarles a conocer su país de origen mientras se fomenta su autoestima, los padres adoptivos celebran con sus hijos los festivales chinos, como la Fiesta de la Primavera, el Día del Niño del 1 de junio y el Festival de los Faroles. Encontramos algunos símbolos culturales representativos a la hora de construir noticias sobre ellos. Estos símbolos culturales no sólo se enfatizan en el texto, sino que también se representan a la audiencia a través del lenguaje visual.

La presencia de elementos culturales se asocia sobre todo a la organización y celebración de eventos culturales y recreativos específicos. Observamos que la celebración del Año Nuevo Chino, conocido también como la Fiesta de la Primavera, por parte de las

familias adoptivas constituye un tema por excelencia en los medios chinos<sup>144</sup>. Como referencia significativa de la cultura china, el Año Nuevo Chino es un símbolo importante de la cultura china y un registro de la riqueza y diversidad de la vida social y la cultura chinas. Encarna los valores tradicionales chinos y la búsqueda espiritual del pueblo chino.

Cuando nos referimos a la construcción discursiva, el lenguaje verbal y otros componentes no son partes discretas y separadas. Trabajan juntos en armonía al servicio de la organización de los temas y de la producción significativa de las noticias. La presentación iconográfica y el énfasis de los elementos mencionados en los textos puede ofrecer a la audiencia una comprensión más directa al mensaje, al mismo tiempo, funciona como uno de los mecanismos para la organización temática junto con las expresiones textuales. A continuación, introducimos los argumentos de noticias en medios chinos con imágenes insertadas como ejemplo.

A las 16.00 horas del 8 de febrero, el Centro Cultural de China en Madrid se vistió de fiesta. Alegres recortes de papel del zodiaco chino y faroles rojos que colgaban en lo alto del cielo, mientras mariposas de colores y dos leones lucían animados y vibrantes.

Más de 30 familias españolas que han adoptado niños de origen chino acudieron al centro para experimentar la animada celebración del Año Nuevo chino. Niños de origen chino de piel amarilla y pelo negro y niños españoles de pelo rubio y ojos azules se cogieron de la mano y jugaron juntos con canciones festivas, recortaron papel, escribieron caracteres de la fortuna y celebraron el año nuevo.

---

<sup>144</sup> 大爱不分国界！滨州两孩子分别在美国，西班牙收养家庭过新年（¡El gran amor no conoce fronteras! Dos niños de Binzhou pasan el Año Nuevo en familias adoptivas de EE. UU. y España, 08-02-2019, *Sohu*).

中国文化中心与 Akuna 联合举办“欢乐春节”活动（El Centro Cultural de China en Madrid y Akuna organizan conjuntamente el acto “Feliz Año Nuevo Chino”, 16-01-2017, *Ouhua*).

马德里中国文化中文面向收养协会举办欢乐春节专场活动（El Centro Cultural de China en Madrid organiza un acto especial para que las asociaciones de adopción celebren la Fiesta de la Primavera, 08-02-2016, *Ouhua*).

西班牙留学生与被领养中国儿童举行联谊共庆新春（Estudiantes chinos en España y niños chinos adoptados celebran juntos la Fiesta de la Primavera, 23-02-2010, *Agencia de Noticias Chinas*).

Figura 69. Imágenes en las noticias chinas



Fuente: Imágenes extraídas desde la noticia, 08-02-2016, *Ouhua*.

Los elementos en las fotografías en las noticias como el “cheongsam”, el “traje Tang”, la “caligrafía china” y la “comida china” encuentran eco en el texto. Las imágenes insertadas en la noticia corresponden al contenido textual y al mismo tiempo crean una relación sinérgica y simbiótica entre ambos. Por un lado, estos objetos con significados culturales específicos constituyen herramientas del *framing* noticioso para los profesionales, ponen el acento una versión para interpretar el contenido, por el otro, este efecto se ha ido potenciando con la aparición iconográfica de los mismos en las imágenes. Tal como sintetizan Müller y Geise (2015):

Análogamente, un encuadre visual se constituye en una unidad seleccionada y semántica, presentada simultáneamente, de diferentes elementos de información visual significativos, que pone a disposición al receptor el modelo visual de interpretación con el cual se puede clasificar y elaborar eficientemente las informaciones (p. 265).

Según una de las conceptualizaciones más completas sobre el *framing* definida por Reese (2001), “son principios organizadores, socialmente compartidos y persistentes en el tiempo, que trabajan simbólicamente para estructurar el mundo social de modo significativo” (p.11). Estos elementos mencionados como símbolos importantes que remiten a la cultura china están arraigados en la forma de entender y estructurar el mundo de los profesionales mediáticos chinos, y al mismo tiempo pueden ser captados y procesados de forma rápida por los lectores quienes comparten los mismos conocimientos relacionados con la cultura china en sus esquemas cognitivos.



## Conclusiones

En la presente investigación nos hemos adentrado en el análisis de la representación noticiosa de un fenómeno social multifacético que ha conectado dos espacios —China y España— con el fondo de la adopción internacional. El periodo de las noticias recopiladas del corpus abarca los años 1997-2020, un intervalo que incluye las diferentes etapas del desarrollo de la adopción.

Hemos llevado a cabo un análisis de la cobertura noticiosa en los medios chinos (*Ouhua* y *Sohu*) y españoles (*ABC* y *El País*) y su evolución longitudinal, teniendo en cuenta los factores socioculturales y políticos del contexto de su producción. A través del método mixto, hemos logrado una comprensión integral sobre este caso como acontecimiento social y mediático desde la perspectiva del contexto de China como país de origen y desde el contexto de España como país de acogida. Cada uno tiene su propia problemática, como hemos podido apreciar.

Los medios de comunicación son una ventana para que el público conozca las realidades en torno a la adopción internacional y los principales participantes de esta práctica, como son los adoptados, los padres adoptivos, las familias biológicas y las entidades e instituciones involucradas de los dos países.

La representación o el *framing* mediático sobre las realidades de la adopción internacional, es decir, los temas seleccionados, enfatizados o eliminados, junto con las versiones de las historias contadas, pueden moldear la opinión pública sobre esta temática. El enfoque tanto desde las noticias del país de origen como desde las del país de acogida, así como la atención a la representación textual y visual, han proporcionado especial valor al estudio.

A continuación, vamos a desarrollar los principales hallazgos que obtuvimos a lo largo de la investigación al seguir las hipótesis y preguntas que hemos propuesto. Desde la conexión entre las perspectivas cuantitativa y cualitativa encontramos similitudes y diferencias en el tratamiento informativo de los medios chinos y españoles sobre la temática: la evolución de la cobertura noticiosa; el enfoque y cambio de los motivos de preocupación; la presentación de los participantes de la práctica; y las formas a la hora de contextualizar la adopción internacional.

En los medios chinos y españoles se muestra una tendencia diferente en cuanto a la cantidad de las noticias publicadas en los veinte años objeto de nuestro estudio. En

general, encontramos más cobertura en los medios españoles que en los medios chinos. Entre las 126 noticias de *ABC* y *El País* y las 61 noticias en *Ouhua* y *Sohu*, apreciamos que la publicación de noticias en los medios españoles ha mostrado correlación con la evolución de la adopción internacional entre los dos países.

Si hacemos un seguimiento de las palabras clave “adopción internacional” y “China”, encontramos más cobertura en *ABC* que *El País*. Aunque los medios españoles nunca dejan de prestar atención a la temática, sino que cambian sus enfoques, el aumento de noticias se concentra en la etapa de incremento de las adopciones, esto es, desde 1997 a 2005. De igual modo, después del descenso notable de la adopción también se registra una aminoración de las noticias publicadas. En los años posteriores se observan aumentos y disminuciones en la cantidad de noticias, lo cual es interesante resaltar por su asociación con los cambios de temas de enfoque que vamos a discutir más abajo.

En los años 90, los medios chinos ya empezaron a mencionar el marco jurídico y los casos existentes de adopción de niños chinos por parte de extranjeros después de la promulgación de la Ley de Adopción de China en 1992. La cobertura noticiosa en los medios chinos sobre la adopción entre China y España presenta un retraso y una tendencia adversa en comparación con los medios españoles.

Durante la década de los 90, coincidiendo con el inicio de la adopción entre los dos países, no se encuentran noticias en los medios chinos. En 2002 España se convirtió en el segundo país en el mundo en acoger niños de origen chino. De ahí que los medios chinos como *Sohu* empezaran a prestar atención al aumento significativo de adopciones entre China y España. Entre 2003-2015 se registró una tendencia al alza en cuanto a la cantidad de noticias a este respecto en los medios chinos, con tono predominantemente positivo.

En *Ouhua*, periódico chino con sede en España, se observa una cobertura ascendente a partir de 2012, momento en que este medio creó su cuenta pública de WeChat, en la que publicaba noticias relevantes de España o que podían tener impacto en la comunidad china de España. Entre las noticias publicadas por dicho medio acerca de la adopción internacional entre China y España, detectamos contenidos influidos por el *framing* de los medios españoles, lo cual ha sido reflejado por la notificación de noticia recopilada y traducida que aparece en la cabera de la noticia.

- **Hipótesis 1:** los medios chinos y los medios españoles presentan diferencias en cuanto a la selección y énfasis de los temas tratados.

Resultado: hipótesis confirmada. En el análisis de contenido para detectar la distribución de los temas en los medios chinos y españoles hemos seguido las orientaciones de las 14 categorías previamente establecidas. Averiguamos que los medios del país de origen y los medios del país de acogida muestran mayor o menor interés en temas específicos a la hora de representar la temática.

A diferencia de los medios chinos, los medios españoles ponen más énfasis en los temas del “panorama de adopción internacional y contexto”, “legislación” y “proceso de adopción”. Dedicar espacio y atención a explicarle al público el trasfondo social en que se arraiga el fenómeno y los datos estadísticos para revelar la situación y la evolución de la adopción internacional entre China y España.

En los medios chinos, hemos detectado que los temas de “adopción internacional y cultura de origen” y “búsqueda de origen” son los que tienen mayor relevancia, mientras que estos han recibido escasa visibilidad en los medios españoles. Si nos fijamos en la etapa de adopción a que corresponden los temas con mayor relevancia, se concluye que los medios chinos prestan más atención a la posadopción. Es decir, a la fase posterior del cumplimiento de la asignación de los niños y la vida de la familia adoptiva después de que los adoptados lleguen a la sociedad de acogida española.

Además, en los medios chinos, el tema “casos de violencia”, y especialmente el “caso Asunta”, ha sido enfatizado en muchas ocasiones en las noticias recopiladas en chino. En este caso concreto, se manifiesta la ambigüedad de los medios chinos en los que se incluye esta cuestión, junto con la de la responsabilidad por los niños que han sido adoptados con su consentimiento. Los medios españoles, por contra, también le prestan atención, pero de una forma diferente, puesto que se centran más en las circunstancias personales del caso.

- **Hipótesis 2:** los medios de ambos países suelen utilizar titulares sensacionalistas para contar las historias relativas a la adopción internacional y sus participantes con el fin de atraer la atención pública.

Resultado: hipótesis refutada. Tanto en las noticias españolas como en las chinas predomina el uso de los titulares designativos. Se centran en designar los hechos de la adopción entre ambos países, y en la mayoría de los casos tanto los titulares como la información carecen de connotación, o bien hacen uso de un lenguaje exagerado con un propósito sensacionalista. Estos titulares transmiten mensajes sobre el panorama de la adopción, las tendencias con datos estadísticos y los cambios de las políticas de adopción

China-España, así como sobre sucesos relacionados con los protagonistas a lo largo de la práctica adoptiva. Desde la perspectiva de la función comunicativa, la claridad de la información facilita que el público esté al día sobre las últimas noticias y novedades relacionadas con la adopción entre ambos países. Esto, en cambio, se trata desde una óptica distinta en los titulares de los medios chinos sobre el “caso Asunta”, más propia de sensacionalismos.

En los titulares de ambos países encontramos selecciones léxicas particulares a la hora de producir significados en la narrativa sobre la adopción internacional. En los titulares designativos chinos, aunque generalmente no tienen connotaciones específicas, identificamos diferentes matices en los significados producidos por dichas selecciones. En los titulares se enfatiza la narración del cambio de la vida de los adoptados con el fin de mostrar su buena integración en la sociedad de acogida, al comparar su estado anterior y el del presente.

Destacan las retóricas que aplican símbolos culturales y asociación de ideas como elementos mediadores para despertar la curiosidad y atención de los lectores en los titulares evocadores detectados. En la narrativa de los medios españoles, la “cigüeña” aparece con frecuencia como figura connotativa para la construcción del “origen” de los adoptados. También sirve como marcador implícito sobre la temática y el panorama de la adopción internacional, como, por ejemplo, “ahora la cigüeña viene de China”. Dichas selecciones de recursos son aplicables a ambos contextos socioculturales y pueden condicionar interpretaciones determinadas de los lectores al respecto.

- **Hipótesis 3:** en los medios de comunicación de ambos países las familias biológicas quedan ausentes.

Resultado: hipótesis confirmada. En el análisis hemos detectado la frecuencia de aparición de los principales actores y voces en las noticias, y se constata que las familias biológicas se invisibilizan tanto en los medios del país de acogida como en el país de origen para contar sus propias versiones. Las familias biológicas tienen un papel pasivo en la representación mediática de la adopción internacional y sufren una crisis simbólica, puesto que solo quedan representadas a través de una construcción ajena, y su imagen para el público puede verse condicionada por la imaginación, la simplificación o el mal entendimiento. En los medios chinos se asocian con críticas e incompreensión por parte de la comunidad china sobre su acción de abandono de los niños, y también se les menciona

cuando los adoptados, ya adolescentes, quieren indagar en su pasado. En los medios españoles, los propios adoptados muestran gratitud a sus padres biológicos por haberles dado acogida.

A partir de este descubrimiento, sostenemos la idea de que una representación que incorporase las perspectivas y voces de las familias biológicas podría facilitar una comprensión más matizada y profunda sobre la contextualización del fenómeno. Esto no solo enriquecería la narrativa mediática, sino que también serviría para sensibilizar al público sobre las complejidades asociadas con la adopción entre ambos países.

- **Hipótesis 4:** los medios chinos y españoles aplican diferentes estrategias a la hora de contextualizar la adopción internacional entre ambos países.

Resultado: hipótesis confirmada. Los medios chinos y españoles enfatizan y eliminan aspectos diferentes cuando cuentan historias que atañen al ámbito de la adopción internacional, y de ahí se condicionan diferentes versiones de realidades mediáticas para el público de ambos países. Los medios españoles prestan mucha atención a la distribución de las causas en el *framing* de la temática: explican e interpretan el contexto socio-cultural y económico por el que ha surgido la adopción internacional entre ambos países.

La implementación de la política demográfica en China y la cultura de la preferencia del hijo varón se mencionan para explicar por qué las niñas han sido el perfil protagonista entre los adoptados de origen chino.

En los discursos sobre la adopción internacional en los medios de comunicación, los huérfanos y la “crisis” suelen estar relacionados. Tal crisis puede deberse a catástrofes naturales o estar provocada por factores humanos. Cuando se anuncia alguna “crisis”, es más fácil plantear el debate sobre los huérfanos (Popa-Mabe, 2010). Las inquietantes escenas aparecidas en los medios de comunicación españoles sobre los orfanatos chinos han suscitado que el público preste atención a estos niños que quizá siempre habían estado en situación de desamparo.

Cuando se menciona el controvertido documental *Las habitaciones de la muerte* en las noticias, el propio título ya da pie a que los orfanatos se asocien con las condiciones negativas que pueden encontrar los niños, y a partir de ahí se despierta la empatía del público. Este ambiente facilitó inicialmente la legitimación de la práctica de adopción internacional y la convirtió en una forma eficaz de abordar el problema.

Se ha observado un cambio de postura en los medios españoles con respecto a la definición de la práctica de la adopción internacional en diferentes momentos, pasándose

de un enfoque salvador hacia otro en el que “la adopción no es un acto de caridad”. Con estos discursos se promueve la socialización del lenguaje en torno a la adopción, y sobre todo la idea de que la adopción constituye una oportunidad para los padres adoptivos y los adoptados que formen una familia. Este cambio discursivo, como hemos concluido anteriormente, es resultado de la acumulación de experiencia en la adopción internacional, ámbito en el que España ha sido uno de los países de acogida más importantes desde la década de los 90.

Durante el periodo de rápido desarrollo de la adopción internacional entre los años 1997-2005, el sistema de adopción en China fue representado en los medios españoles con atributos que resaltaban su “facilidad, transparencia y rapidez”. Además, China era frecuentemente considerada como “el país preferido por los españoles para adoptar”. Sin embargo, en la etapa de retroceso de adopciones, se asociaba con términos que enfatizaban las dificultades y los estrictos requisitos que imponían las instituciones chinas. Entre las causas de este cambio de tendencia se mencionan el desarrollo económico, el progreso social del papel de las mujeres y el creciente número de adopciones nacionales en este país asiático, lo que da sentido a que hubiera una reducción en la cantidad de bebés disponibles para la adopción internacional.

Los medios chinos eluden por sistema dar explicaciones a sus lectores sobre las causas por las que surgió el fenómeno de adopción por parte de los extranjeros. No mencionan la política del hijo único, la preferencia cultural por el varón, los abandonos de niñas en China, etc. La narrativa se centra en mostrar el deseo de los extranjeros por adoptar a los niños chinos y la satisfacción de estos con respecto a su integración y al amor que han recibido por parte de sus padres. Se destaca la voluntad de los adoptados de querer conocer la cultura china y su lugar de origen conforme van creciendo, y se enfatiza su participación en las actividades culturales que organizan las instituciones chinas tanto en China como en España.

En los medios chinos se observa un tono predominantemente positivo al valorar esta práctica entre ambos países en la etapa de su rápido crecimiento. Se considera que la adopción internacional brinda a los adoptados una vida nueva en la que los niños pueden experimentar el amor de un hogar y crecer con el apoyo de una familia. Sin embargo, con el cambio de las políticas chinas con respecto a la adopción internacional y la disminución notable de la cantidad de adopciones realizadas, los medios muestran aceptación y apoyo hacia esta tendencia descendente. En este sentido, se refleja el cambio de la actitud de

China sobre el proyecto de adopción internacional, vinculado al cambio de su posición en la escena mundial.

**- Pregunta 1:** ¿Cambian los temas a los que prestan atención los medios en diferentes etapas de la adopción?

Además de una presentación diferente en los enfoques temáticos entre los medios de comunicación de ambos países, el análisis longitudinal muestra que los temas de las noticias varían de forma dinámica con el desarrollo de la adopción internacional entre los dos países, así como con la evolución del ciclo vital de los protagonistas.

Nuestro descubrimiento ha sido significativo en comparación con otros estudios, centrados en las noticias publicadas cuando la adopción internacional todavía mantenía un ritmo creciente. Posteriormente, cuando se redujeron las adopciones, también cesaron los trabajos que seguían su cobertura mediática. Sin embargo, aunque en menor volumen, las cifras de adoptados en realidad aún seguían en progresión creciente en la sociedad de acogida. Realmente, la llegada de los adoptados a la sociedad de acogida no marca el fin del proceso de adopción. La situación de integración de los adoptados en el entorno familiar y social, el estado de salud y cómo resuelven sus dudas frente a su pasado, así como su cercanía-rechazo a la cultura china, son temas importantes en la adopción internacional que también requieren la atención e incluso la participación del público con el relato de sus experiencias sobre las adopciones.

Tanto los medios españoles como los chinos han ampliado el espectro de temas de enfoque en la adopción internacional China-España con el seguimiento del crecimiento de los adoptados y los cambios surgidos en el panorama de la adopción. La aparición de los temas o enfoques nuevos corresponde a la fase del desarrollo de la adopción.

En la etapa de 1997-2005, en los medios españoles predominan los temas de “panorama de adopción y contexto”, “proceso de adopción” y “legislación”, y se suelen ver noticias que despliegan la descripción de las llegadas a los aeropuertos, cuando los amigos y parientes de las familias adoptivas aguardan en las salas para dar la bienvenida a los niños chinos y a sus nuevos padres al llegar a su nuevo hogar. Después de 2005, con el primer retroceso en el ritmo de adopción entre los dos países, en las noticias se empieza a mencionar la adopción nacional.

Entre 2010 y 2018, aumenta el debate sobre la adopción de niños con necesidades especiales, lo cual tiene que ver con el cambio de la política sobre adopción internacional por parte de China. Algunos temas pueden recibir más atención durante un tiempo, y en

ciertos momentos se invisibilizan, como ocurre con los casos de violencia. Cabe destacar que a los medios españoles les empieza a preocupar la “adolescencia e identidad” de los adoptados a partir de 2014, tiempo que cuadra con la situación del crecimiento de los adoptados.

La aparición de noticias y temas llamativos se relaciona con eventos específicos que tienen que ver con celebraciones en la sociedad o con días festivos. En el caso de los medios chinos, cuando caen días festivos importantes, como el Año Nuevo Chino o el Festival de los Faroles, en las instituciones chinas de España se celebran actividades de inmersión cultural con las familias adoptivas para que se acerquen y conozcan la cultura de su país de origen y conmemoren juntos esas fechas especiales. De esta forma, también se construyen mediáticamente los valores asociados con la *chinitud* entre la comunidad china de España.

**- Pregunta 2:** ¿Qué imagen se da sobre los adoptados y padres adoptivos en ambos medios?

A diferencia de las investigaciones anteriores, que concluyen que la imagen mediática de los adoptados es relativamente negativa en comparación con la de los adoptantes, en el presente estudio determinamos que los medios chinos y españoles han proporcionado una representación equilibrada y positiva de ambos actores. Los enfoques de su cobertura abarcan las fases de preadopción, del proceso de adopción en sí y de la posadopción.

#### Los adoptados: de “niñas chinas” a “chicas españolas de origen chino”

Observamos que la representación de los adoptados en las noticias se despliega en torno a la construcción de su identidad cultural, origen y etnicidad. Los atributos asociados en los medios chinos enfatizan “las ventajas” de adoptar a los niños chinos y por qué los españoles les tienen tanto aprecio. Son considerados como “regalo del cielo”, “preciosos, inteligentes, trabajadores y bien educados”; además, son “afortunados” por tener ahora el amor de sus padres.

En el lenguaje de los medios chinos, detectamos una dimensión de retórica diplomática en el modo en que se designa a los adoptados. Se les califica de “embajadores” y “puentes” del intercambio cultural entre China y España. Y se enfatiza la riqueza de la identidad de los adoptados de origen chino que ya están integrados en la sociedad española debido a su experiencia particular, con la que contribuyen “a la amistad y desarrollo económico entre los dos países”.

Lo que está detrás del giro desde “niñas chinas” a “chicas españolas de origen chino” en los medios chinos, y “madrileños nacidos al otro lado del mundo” en los medios españoles, viene a poner de manifiesto la reflexión social sobre la complejidad de la identidad de este colectivo. Se confirma con la representación por parte de los medios chinos, el tratamiento a este colectivo como parte de la diáspora china en el extranjero, y toman como referencia su proceso de negociación con la *identidad cultural china* en la sociedad de acogida. Dichas visiones se construyen desde la perspectiva del país de origen y del país de acogida sobre este fenómeno que trasciende las fronteras culturales y geográficas, dando lugar a una nueva particularidad en ambas sociedades.

En este contexto, los adoptados no son tratados como huérfanos o niños abandonados, sino que se destaca su pertenencia al conjunto de las personas de origen chino en ultramar. Se intenta atenuar el matiz *triste* de su pasado y promover una perspectiva más positiva sobre su vida futura, tomando las experiencias anteriores como recursos que enriquecen la construcción de su identidad.

La cobertura china pone el foco en su relación y actitud con respecto a la cultura de origen. Los adoptados representados generalmente manifiestan una disposición positiva hacia el hecho de familiarizarse con la cultura china, mencionan con frecuencia sus acciones en el ámbito del aprendizaje de chino o su participación en las actividades culturales que organizan las instituciones chinas. Algunos de ellos quieren volver a China para encontrarse con sus padres biológicos, confirmar la información de su pasado o estudiar en las universidades chinas. Por su parte, los medios españoles presentan una actitud más abierta en el tema de la identidad cultural de los adoptados.

En los medios españoles, el perfil de los adoptados en la etapa del aumento de adopción se caracteriza por el plural femenino (niñas) y de una edad pequeña. La narrativa en la historia del abandono simboliza su desconexión con las familias biológicas. Luego caen en “el calor de los brazos y el cariño de sus padres adoptivos”.

En ambos países se percibe la representación de la integración social de los adoptados. Además de presentar una adaptación satisfecha de los adoptados en el entorno familiar, los medios constituyen espacios para que los adoptados, especialmente en la etapa de la adolescencia, traten los temas del duelo y la confusión sobre su origen e identidad durante su crecimiento. Consideramos que la visibilidad de los “problemas” relacionados

con la adaptación psicosocial y los propios discursos al respecto contribuyen en la práctica a una representación integral sobre los adoptados y la concienciación del público sobre sus situaciones.

Los adoptados comparten sus experiencias personales por haber recibido un trato racista y por rechazo en el medio social y escolar debido a sus rasgos externos “chinos”, que son categorizados como portadores de alteridad y diferencias culturales. Algunos han podido enfrentarse a estos casos con valentía y reciben apoyo por parte de sus padres, mientras que otros mantienen una actitud de resentimiento frente a estas experiencias. Este “problema” del rechazo social a la comunidad china en España también se acusó en la cobertura de la pandemia de COVID-19, con una narración mediática sobre lo que se dio en llamar “el virus chino”; a lo largo de ese periodo los incidentes de odio a los chinos se extendieron en la sociedad, y esto ha afectado a los adoptados de origen chino.

En ambos medios encontramos que se describen los rasgos de los adoptados para marcar su etnicidad y diferencia fenotípica con sus padres y la mayoría de los miembros de su entorno. Así pues, funcionan como símbolos connotativos al indicar el tema de la adopción internacional, aunque a este respecto existen matices delicados en la construcción del lenguaje en ambos medios. Estas construcciones discursivas se derivan desde las referencias del contexto chino y español sobre los rasgos de la población china, su difusión y socialización, y en algún caso pueden conducir a su referente al prejuicio y la estigmatización.

#### Los padres adoptivos: personas de buen corazón y preparados para los retos

La imagen de los padres adoptivos en los medios chinos y españoles es considerablemente positiva. En los medios del país de origen se les describe como “personas de buen corazón”, y su acción de adopción es “amor sin fronteras” y “desinterés”. La mayoría de ellos muestran su cercanía a China y la cultura china a través de la adopción, y revelan su apoyo a las prácticas de conexión con la cultura del país de origen de los adoptados.

En los medios españoles, los padres adoptivos son cariñosos, responsables y muestran un amor desinteresado por sus hijos. “Deseaban tener un bebé a toda costa”, y tienen valentía para afrontar los retos del futuro. Además de compartir sus experiencias en el proceso de realizar los trámites de adopción, expresan una alta valoración sobre el sistema adoptivo de China, así como reflexiones positivas sobre el tema de la adopción internacional.

**- Pregunta 3:** ¿Quiénes tienen la mayor visibilidad y pueden dar su propia opinión en la representación noticiosa en los medios chinos y españoles?

En los medios españoles, las opiniones más visibles son las de los Organismos Acreditados para la Adopción Internacional y asociaciones competentes, junto con las instituciones oficiales de España. Tanto en los medios españoles como chinos se describe a los OAAI como entidades cualificadas en la intermediación en la adopción internacional.

Los siguientes, por orden, son los padres adoptivos y los adoptados. Se observa que los padres adoptivos tienen más oportunidades para compartir sus experiencias y emociones que los adoptados, puesto que cuando estos son pequeños generalmente aparecen en la cobertura de forma pasiva, o sea, son descritos por los medios de comunicación o mencionados por sus padres. Será después de entrar en la etapa de la adolescencia cuando adquieran voz.

En los medios españoles, es escasa la mención de las fuentes oficiales chinas. Su aparición se relaciona con la interpretación sobre los cambios jurídico-políticos y la prevención de sus posibles consecuencias en el panorama de la adopción. Los expertos en el ámbito de la adopción internacional (como los trabajadores sociales, los psicólogos y médicos pediatras), aun con sus propias voces, han tenido muy poca visibilidad.

En los medios chinos, los adoptados y los padres adoptivos son los principales actores, y sus opiniones se enfatizan más que las del resto. Los centros culturales de ambos países aparecen como nueva categoría de actores en la representación china. El Centro Chino de Adopciones, organismo acreditado por el Ministerio de Asuntos Sociales de China para la adopción, ha sido el principal actor en los medios chinos después de los padres y los adoptados. En el año 2011, dicho organismo pasó a llamarse Centro Chino de Bienestar Infantil y Adopción. Estos protagonistas se ocupan de promover y organizar eventos culturales.

**- Pregunta 4:** ¿Cuáles son las características de las representaciones visuales más frecuentes en la adopción internacional China-España en ambos medios?

Lo visual también es mensaje. Contiene sus propios códigos interpretativos que permiten su lectura. Los elementos textuales y visuales funcionan conjuntamente para comunicar la temática de la adopción internacional entre China y España. Notamos que el mensaje visual en ambos medios se puede dividir entre las imágenes de gráficos y tablas y las imágenes de personas.

En general, los medios chinos y españoles ponen más énfasis en la presentación de la relación familiar adoptiva en el encuadre visual. La intimidad y el cariño entre los adoptados y sus padres se revela a través de las miradas cálidas, las sonrisas y las poses cercanas de los protagonistas, como el abrazo y las manos cogidas. Los adoptados han sido el centro de la mirada en este tipo de fotografías.

Los entornos de estas imágenes suelen ser los hogares de las familias adoptivas, parques o espacios en los que se celebran actividades entre la comunidad adoptiva, o bien actividades que implican la participación de las instituciones y asociaciones competentes de ambos países.

Asimismo, en ambos medios se nota el protagonismo de los adoptados y menores no identificados en las fotografías. A diferencia de los medios españoles, que se centran en mostrar las escenas de la vida cotidiana de los adoptados, los medios chinos dirigen su atención a presentar su participación en las actividades culturales o sus viajes a China. También hay fotos en las que los menores mantienen su mirada inocente ante la cámara, generalmente tomadas en escenarios como orfanatos o aulas, con las que se estimula la experiencia emocional de la audiencia; en este caso, la simpatía.

En las noticias españolas, sobre todo las que se centran en el panorama y contexto de la adopción entre los dos países, encontramos un uso destacado de los gráficos y tablas. Por lo general, se emplean para presentar datos estadísticos sobre la evolución de la adopción internacional China-España. De este modo, enriquecen el formato del texto y facilitan la lectura de los receptores. Cabe destacar que no encontramos ninguna imagen que pertenezca a esta categoría en los medios chinos.

En los medios chinos, se destaca el *framing* visual que muestra la interacción de los representantes de las instituciones chinas con los adoptados o sus familiares, lo cual no tiene ninguna visibilidad en los medios del país de acogida.

La aparición de los elementos culturales chinos contribuye a la comunicación del mensaje visual. En las imágenes vemos a padres y adoptados con la vestimenta tradicional china, hay decoraciones rojas en la celebración de los días festivos chinos y se muestran lugares importantes de interés turístico de China cuando los adoptantes viajan al país para recoger a sus hijos. Junto con otros elementos que ya hemos mencionado anteriormente, de este modo se condiciona la lectura del público sobre el entorno en el que se desarrollan los acontecimientos y se genera un “imaginario colectivo” para los personajes implicados en la adopción internacional.

## **Limitaciones del trabajo y líneas futuras**

En nuestra investigación nos hemos aproximado a un análisis multimodal sobre la representación noticiosa de la adopción internacional China-España desde la perspectiva del país de origen y el país de acogida. En la parte anterior, hemos concluido que, a la hora de tratar la complejidad de los significados sociales relacionados con la adopción internacional entre China y España, los medios de ambos países muestran características diferentes, pero también similares, en los principios organizadores.

Hay que considerar que el objetivo de la presente investigación no es sacar una conclusión sobre qué medios informan mejor o peor sobre la temática que nos ocupa, sino que se centra en averiguar cuáles son las versiones de estas realidades mediatizadas a las que finalmente tiene acceso el público y que pueden condicionar su percepción. El acercamiento de estas realidades contribuirá a nuestro conocimiento sobre la adopción internacional y las prácticas comunicativas.

Cabe señalar que, aun cumpliendo los objetivos que nos hemos puesto, el presente estudio todavía tiene limitaciones:

Algunas limitaciones están relacionadas con el método de recopilación de datos. No hemos podido abarcar de forma exhaustiva todas las noticias relacionadas con la temática. Solo nos hemos centrado en los medios chinos y españoles que tienen su archivo digital en la hemeroteca durante el periodo de interés y en aquellas noticias que contienen las palabras claves que hemos seleccionado. No hemos incluido los medios locales en el ámbito de nuestro estudio. En todo caso, la mayoría de los medios tienen una influencia nacional, o tienen especial interés en la comunicación de la temática, como el medio chino con sede en España *Ouhua*.

Otras limitaciones se relacionan con el método de análisis. En la parte del análisis cuantitativo sobre la distribución y evolución temática en la agenda de los medios seleccionados, distribución de titulares y la relevancia de los actores-voces, la forma para garantizar la validez del resultado de las codificaciones de categorías se limita a un doble examen, y en ambos casos los realiza la misma investigadora. Además, en el estudio solo hemos investigado el contenido mediático de la temática, sin poder verificar sus efectos. Nos resulta difícil comprobar si estos resultados cuantificados corresponden o no a la agenda pública cuando el público opina sobre esta temática.

En la parte del análisis cualitativo, no podemos revelar todos los matices de las formas de representación que pueden ser de interés para nuestro enfoque. La selección de los enfoques de análisis y su interpretación podrían verse condicionados por el propio *framing* de la investigadora: es decir, podrían estar influidos por sus propias perspectivas sobre el mundo, sus conocimientos previos sobre la temática o los que le surgieron a lo largo del estudio, así como por su preocupación especial por los adoptados.

Con respecto a las futuras líneas de investigación, sería interesante explorar los siguientes aspectos:

- El tratamiento informativo de los medios regionales-locales. Se puede investigar y comparar la cobertura mediática en los periódicos regionales chinos y españoles de aquellas zonas en las que ha habido más adopciones. También sería una línea de investigación interesante poner el foco en la comunicación dentro de la comunidad adoptiva en los foros digitales españoles para averiguar cuáles son los temas que resultan significativos para los propios adoptados, padres adoptivos y profesionales cuando ellos mismos son los propios narradores a la hora de presentar sus experiencias. Así se ofrecen posibilidades para aproximarse a los actores principales y descubrir nuevos enfoques en la representación y comunicación de la adopción internacional y sus participantes.
- Comparación entre la representación sobre la adopción internacional de China con los casos de otros países de origen. Se podrían contrastar de esta manera las estrategias discursivas aplicadas y la evolución de la cobertura mediática.
- Seguimiento de la representación mediática de los adoptados. En el presente estudio se ha revelado el enfoque de los medios acerca de la adaptación psicosocial de los adoptados, con un especial énfasis en lo que concierne a la búsqueda de pertenencia al entorno, así como los actos de resiliencia y las particularidades de sus vidas derivadas de la condición de la adopción. Con el tiempo, nos interesa saber cómo van a ser sus futuras decisiones en otras etapas importantes de la vida y cómo van a evolucionar sus actitudes frente al país de origen. El estudio de la cobertura mediática

desde esta perspectiva puede enriquecer la presente investigación y profundizar en la exploración de las transformaciones de los significados sociales en torno a la adopción internacional y sus protagonistas.

## **Bibliografía**

Ahva, L., y Pantti, M. (2014). Proximity As A Journalistic Keyword In The Digital Era: A study on the “closeness” of amateur news images. *Digital Journalism*, 2(3), 322-333.

Alegret, J.L. (1993). Cómo se enseñan los otros. Análisis de la presentación racialista de la diversidad étnica en los libros de texto de EGB, BUP Y FP utilizados en Cataluña en la década de los 80. [Tesis doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona].

Amadeo, B. (1999). *El proceso de transmisión de significados. La aplicación de la teoría del Framing a la cobertura de la corrupción política en Argentina (1991-1996)* [Tesis de doctorado]. Pamplona: Universidad de Navarra.

Amadeo, B. (2008). “Framing: modelo para armar” (pp. 183-237). En Baquerín, M. T. (ed.). Los medios: ¿aliados o enemigos del público?: derivaciones de las teorías de la comunicación surgidas en los setenta. Buenos Aires: Editorial de la Universidad Católica.

Anzil, V. (2011). «Si yo cerrara los ojos y la tuviera delante, o sea, sin mirarla...sería una niña totalmente española, catalana, de aquí». *Representaciones, identidades y filiaciones en la adopción internacional en Cataluña* [Tesis de doctorado, Universitat Rovira i Virgili]. En TDX (*Tesis Doctorals en Xarxa*).

Anzil, V. (2012). «Representaciones en torno a las entidades colaboradoras de la adopción internacional (ECAI) en la prensa». *Arxiu d'Etnografia de Catalunya*, 2012, Núm. 12, p. 152-172, <https://raco.cat/index.php/AEC/article/view/270317>.

Anzil, V. (2013a). Adopting ‘imaginaries’: International adoption in the Spanish press. *Adoption & Fostering*, 37(1), 71-82. <https://doi.org/10.1080/01651376.2013.781113>

Anzil, V. (2013b). «Si yo cerrara los ojos, sería una niña española, catalana... De aquí». *Representaciones, identidades y filiaciones en la adopción internacional en Cataluña. Revista de dialectología y tradiciones populares*, 68(1), 191-213.

Ardèvol-Abreu, A. (2015). Framing o teoría del encuadre en comunicación. Orígenes, desarrollo y panorama actual en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, Article 70. <https://doi.org/10.1080/10439862.2015.1081113>

Ardèvol-Abreu, A., de Zúñiga, H. G., y McCombs, M. E. (2020). Orígenes y desarrollo de la teoría de la agenda setting en Comunicación. Tendencias en España (2014-2019). *Profesional de la información*, 29(4).

Bai, T. S. (1995). Toward improving adoption services in Korea: Challenges and efforts. *Journal of the Korean Society of Child Welfare*, 3, 107-126.

Ballard, R. L. (2015). “Communication Studies: Emerging onto the Intercountry Adoption Scene” in Ballard, R. L. et al. (Eds). *The Intercountry Adoption Debate: Dialogues Across Disciplines*. Cambridge Scholars Publishing.

- Bardin, L. (2002). *El análisis de contenido* (3ª ed). Akal Ediciones.
- Bateson, G. (1955). A theory of play and fantasy. *Psychiatric Research Reports*, 2, 39-51.
- Beauvoir, S. de. (2016). *El segundo sexo* (8ª ed). Cátedra: Instituto de la Mujer: Universitat de València.
- Bell, A. (1991). The Language of News Media. *Language*. Wiley-Blackwell.
- Berástegui, A. (2005). La adaptación familiar en adopción internacional: una muestra de adoptados mayores de tres años en la Comunidad de Madrid. Madrid: Consejo Económico y Social de la Comunidad de Madrid.
- Berástegui, A. (2010). Adopción internacional: ¿solidaridad con la infancia o reproducción asistida? *Aloma: revista de psicología, ciències de l'educació i de l'esport*, 27, 15-38.
- Berger, P. L. y Luckmann, T. (1976). *La construcción Social de la realidad* (4ª ed). Amorrortu.
- Bergquist, K. J. S., Vonk, M. E., Kim, D. S. y Feit, M. D. (Eds.). (2007). *International Korean Adoption: A Fifty-Year History of Policy and Practice*. Routledge. <https://doi.org/10.1080/01651370701488244>
- Bravo Rondón, M. E. y Lamus de Rodríguez, T. M. (2020). Representaciones sociales sobre el Envejecimiento y la atención del Adulto Mayor. Perspectivas desde la UNEFM. *Dominio de las Ciencias*, 6(1), 215-235.
- Briggs, L. y Marre, D. (2009). *International Adoption: Global Inequalities and the Circulation of Children*. NYU Press.
- Bryant, J. y Thompson, S. (2002). *Fundamentals of Media Effects*. McGraw-Hill Companies, Incorporated.
- Buhmann, A. (2016). Measuring country image. Theory, method, and effects. Springer VS Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-15407-3>
- Caldas-Coulthard, C. R. (2003). Cross-Cultural Representation of 'Otherness' in Media Discourse. En G. Weiss y R. Wodak (Eds.), *Critical Discourse Analysis* (pp. 272-296). Palgrave Macmillan UK.
- Carlson, M. (2009). Dueling, Dancing, or Dominating? Journalists and Their Sources. *Sociology Compass*, 3(4), 526-542. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6432.2009.00675.x>
- Carragee, K. y Roefs, W. (2004). The Neglect of Power in Recent Framing Research. *Journal of Communication*, 54, 214-233. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6432.2004.00375.x>
- Castells, M. (2003). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura: 2. El poder*

*de la identidad*. Alianza.

Champagne-Poirier, O., Carignan, M.-È., David, M. D. y O'Sullivan, T. (2021). Understanding and Quantifying: A Mixed-Method Study on the Journalistic Coverage of Canadian Disasters. *International Journal of Qualitative Methods*, 20. <https://doi.org-gmggzb>

Chicón, R. M. y Diez, E. M. (2019). Alteridad, etnicidad y racismo en la búsqueda de orígenes de personas adoptadas. El caso de España. *Revista de Estudios Sociales*, 70, 115-127. <https://doi.org-m2f6>

Coleman, R. (2010). Framing the Pictures in Our Heads: Exploring the Framing and Agenda-Setting Effects of Visual Images. En *Doing News Framing Analysis*. Routledge.

Condit, C. M. (1990), Within the Confines of the Law: Abortion and a Substantive Rhetoric of Liberty, *Buffalo Law Review*, 38 (3), 903.

Corbin, J. y Strauss, A. (2008). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory*, (3ª ed). Sage Publications, Inc. <https://doi.org-bpnm>

Creswell, J. W. (2009). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (3ª ed). Sage Publications, Inc.

Creswell, J. W. y Plano Clark, V. L. (2007). *Designing and Conducting Mixed Methods Research*. SAGE.

D'Angelo, P. (2002). News Framing as a Multiparadigmatic Research Program: A Response to Entman. *Journal of Communication*, 52(4), 870-888. <https://doi.org-ftgvbh>

D'Angelo, P. (2012). Studying Framing in Political Communication with an Integrative Approach. *American Behavioral Scientist*, 56(3), 353-364. <https://doi.org-d5ndrf>

D'Angelo, P., Lule, J., Neuman, W. R., Rodriguez, L., Dimitrova, D. y Carragee, K. (2019). Beyond Framing: A Forum for Framing Researchers. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 96 (1), 12-30. <https://doi.org-ghznzh>

De Fleur, M. L. y Ball-Rokeach, S. J. (1989). *Theories of mass communication* (5ª ed). Longman.

Doncel Abad, D., Gil Villa, F., Morales Romo, N. y Lambea Ortega, M. (2020). Percepción del bienestar social de niños y niñas adoptadas de origen chino en las escuelas en Castilla y León. *Pedagogía social: revista interuniversitaria*, 35, 73-85.

Druckman, J. N. (2001). The Implications of Framing Effects for Citizen Competence. *Political Behavior*, 23(3), 225-256. <https://doi.org-b7x6gy>

Dubinsky, K. (2010). *Babies without borders: Adoption and migration across the Americas*. University of Toronto Press.

- Entman, R. (1993). Framing: Toward Clarification of A Fractured Paradigm. *The Journal of Communication*, 43, 51-58.
- Entman, R. (2007). Framing Bias: Media in the Distribution of Power. *Journal of Communication*, 57, 163-173. <https://doi.org-cttc9g>
- Estrada Villaseñor, C. (2017). *La categoría inmigrante en la prensa española*. [Tesis doctoral, Universidad Pontificia Comillas]. <http://hdl.handle.net/11531/19480>
- Fan, Ke. (范可) (2004). 跨国领养: 对美国人领养中国婴孩及相关现象的考察 [Transnational Adoption: A Study on the Adoption of Chinese Infants by American Families and Its Implications], 世界民族 [Journal of World Peoples Studies], 2004 (3).
- Feng, Xiaotian. 风笑天 (2013). *中国独生子女问题研究*. [Investigación sobre los asuntos de los hijos únicos de China]. 经济科学出版社 [Economic Science Press].
- Fisher, A. P. (2003). A Critique of the Portrayal of Adoption in College Textbooks and Readers on Families, 1998–2001. *Family Relations*, 52(2), 154-160. <https://doi.org-cqth3n>
- Fonseca, C. (2007). An unexpected reversal: The "demise" of international adoption in Brazil. *Dados*, 3(SE), 0-0.
- Frekko, S. E., Leinaweaver, J. B. y Marre, D. (2015). How (not) to talk about adoption: On communicative vigilance in Spain: How (not) to talk about adoption. *American Ethnologist*, 42(4), 703-719. Disponible en <https://ddd.uab.cat/record/174545>
- Gaitán Moya, J. A., Piñuel Raigada, J. L. y Águila-Coghlan, J. C. (2017). Revisión epistemológica de la Teoría del Framing y ejemplo de aplicación al análisis de mediaciones en la producción de discursos mediáticos. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 22(2), 709-728. <https://doi.org-m2k2>
- Gamson, W. A. y Modigliani, A. (1989). Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach. *American Journal of Sociology*, 95(1), 1-37. <https://doi.org-cwz3w8>
- Giménez Romero, C. (2008). La imagen social del inmigrante y su influencia en la adaptación de los niños. En *Los retos de la postadopción: balance y perspectivas* (pp.105-118).
- Gilboa, E. (2008). Searching for a Theory of Public Diplomacy. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 55-77. <https://doi.org-fk223n>
- Gitlin, T. (1980). *The Whole World is Watching: Mass Media in the Making & Unmaking of the New Left*. University of California Press.
- Goffman, E. (2006). *Frame analysis: Los marcos de la experiencia* (1ª ed). Centro de Investigaciones Sociológicas.

Grau Rebollo, J. (2011). Parentesco, adscripción y crianza. Elaboraciones culturales de la adopción internacional y la circulación de niños. *Revista de Antropología Social*, 20(0), 31-54. <https://doi.org/fvfw7p>

Guo, L., Holton, A. y Jeong, S. H. (2012). Transnational Comparative Framing: A Model for an Emerging Framing Approach. *International Journal of Communication*, 6(0), Article 0.

Guzmán Beltrán, I. J. (2020). Agenda setting y framing—modelos para el análisis del proceso comunicativo. *Kritica 1.0: contenidos, encuadres y discursos en los medios de comunicación*, 53-106.

Guzmán, I. (2016). *Los encuadres mediáticos durante la campaña electoral presidencial de Colombia 2014*. [Tesis Doctoral, Universidad Complutense de Madrid]. Disponible en <https://hdl.handle.net/20.500.14352/22017>.

Hall, S. (2013). *Sin garantías: Trayectorias y problemáticas en estudios culturales*. Quito: Corporación Editora Nacional, CEN; Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador; Pontificia Universidad Javeriana. Instituto de Estudios Sociales y Culturales Pensar; Instituto de Estudios Peruanos, IEP. Disponible en <http://hdl.handle.net/10644/7187>

Herman-Gallow, M. (2019). *Happily Ever After? The Portrayal of Adoption in Visual Narrative Media*.

Hesketh, T., Lu, L. y Xing, Z. W. (2005). The effect of China's one-child family policy after 25 years. *The New England Journal of Medicine*, 353(11), 1171-1176. <https://doi.org-dn9c7w>

Hesketh, T. y Zhu, W. X. (1997). The one child family policy: The good, the bad, and the ugly. *BMJ: British Medical Journal*, 314(7095), 1685-1687.

Hoksbergen, R. A. C. y Laak, J. J. F. (2005). *Changing attitudes of adoptive parents in northern European countries*. In D. M Brodzinsky & J. Palacios (Eds.), *Psychological Issues in adoption: research and practice* (pp. 27-46).

Horta, J. (2013). Representaciones Mediáticas. Tres Notas Sobre Los Procesos Semióticos En Los Medios Masivos. *Comunicación y Medios. Revista Del Instituto de la Comunicación y la Imagen*, 1(28), 96-112.

Huang, Banghan., Yu, Ning., Ou, Yuandiao., Jiang, Hong. 黄邦汉, 俞宁, 欧元雕, 姜红 (2005). *华鸟美巢—美国家庭收养中国儿童问题研究*. [Chinese Birds in American Nests—A study on Amrcian Families' Adoption of Chinese Children]. 合肥工业大学出版社. [Hefei University of Technology Publishin].

Hübinette, T. (2002). North Korea and adoption. *Korean Quarterly*, 5(4), 24-25.

Hübinette, T. (2005). *Comforting an orphaned nation: Representations of international adoption and adopted Koreans in Korean popular culture* [PhD Thesis, Institutionen för orientaliska språk].

Hughes, S. y Mellado, C. (2016). Protest and Accountability without the Press: The Press, Politicians, and Civil Society in Chile. *The International Journal of Press-Politics*, 21(1), 48-67. <https://doi.org-f748p5>

Igartua Perosanz, J. y Humanes, M. L. (2004). *Teoría e investigación en comunicación social*. Síntesis.

Iyengar, S. y Kinder, D. R. (1987). *News that matters: Television and American opinion*. University of Chicago Press.

Jacobson, H. (2014). Framing Adoption: The Media and Parental Decision Making. *Journal of Family Issues*, 35(5), 654-676. <https://doi.org-hmww>

Jiang, Xinmiao. (蒋新苗) (2005). 中国涉外收养法律适用问题探析 [A Comprehensive Analysis of Legal Issues in Chinese Intercountry Adoption], 环球法律评论 [Global Law Review], 6, 737-742.

Johnson, K.A. (2005). Preface in Huang, Banghan., Yu, Ning., Ou, Yuandiao., Jiang, Hong (Eds.) *Chinese Birds in American Nests—A study on Amrcian Families' Adoption of Chinese Children* [华鸟美巢—美国家庭收养中国儿童问题研究] (pp. 1-3). Hefei University of Technology Publishin.

Johnson, R. B., Onwuegbuzie, A. J. y Turner, L. A. (2007). Toward a Definition of Mixed Methods Research. *Journal of Mixed Methods Research*, 1(2), 112-133. <https://doi.org-fksqf8>

Johnson, R. y Onwuegbuzie, A. (2004). Mixed Methods Research: A Research Paradigm Whose Time Has Come. *Educational researcher*, 33 (7), 14-26. <https://doi.org-cg679w>

Keevak, M. (2011). *Becoming Yellow: A Short History of Racial Thinking*. Princeton University Press. Disponible en <https://www.jstor.org-stable-j.ctt7t16j>

Kim, E. J. (2010). *Adopted Territory: Transnational Korean Adoptees and the Politics of Belonging*. Duke University Press.

Kline, S. L., Chatterjee, K. y Karel, A. I. (2009). Healthy Depictions? Depicting Adoption and Adoption News Events on Broadcast News. *Journal of Health Communication*, 14(1), 56-69. <https://doi.org-bpcm7q>

Kline, S. L., Karel, A. I. y Chatterjee, K. (2006). Covering Adoption: General Depictions in Broadcast News. *Family Relations*, 55(4), 487-498. <https://doi.org-fqz9zc>

Koziner, N. (2013). Antecedentes y fundamentos de la teoría del *framing* en comunicación. *Austral Comunicación*, 2(1), 1-25.

Koziner, N. (2018). Standing de las fuentes periodísticas en la política de medios argentina (2009 y 2016). *Cuadernos.info*, 42, 101-118. <https://doi.org-m2kn>

Lakoff, G. (1993). The contemporary theory of metaphor. En *Metaphor and thought*, 2nd

ed (pp. 202-251). Cambridge University Press. <https://doi.org-gfzc2z>

Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. In L. Bryson (Ed.), *The communication of ideas* (pp. 37-51). New York, NY: Harper y Row.

Lee, B. J. (2007). Adoption in Korea: Current status and future prospects. *International Journal of Social Welfare*, 16(1), 75-83. <https://doi.org-fps8fp>

Leinaweaver, J. B. (2011). Kinship Paths to and from the New Europe: A Unified Analysis of Peruvian Adoption and Migration. *The Journal of Latin American and Caribbean Anthropology*, 16(2), 380-400. <https://doi.org-m2kp>

Leinaweaver, J. B. (2013). *Adoptive migration: Raising Latinos in Spain*. Duke University Press.

Li, Jiayu. (李嘉郁) (2009). 近年来华裔青少年“中国寻根之旅”夏令营活动的特点和发展趋势. [Las características de las actividades del campamento verano de “viaje de búsqueda de raíces” para los jóvenes de origen chino de los últimos años y su tendencia], 八桂侨刊 [*Overseas Chinese Journal of Bagui*], 2, 28-31.

Lippmann, W. (2003). *La opinión pública*. Cuadernos de Langre.

Liu, Xiaolei. (刘晓蕾) (2007). 为被收养儿童开启寻根之门 [Abrir para los niños adoptados la puerta de la búsqueda de las raíces], 社会福利杂志 [*China Social Welfare*], 1, 43-45.

Long, W. (2020). *Agenda-setting y framing en la traducción periodística chino-española: Análisis comparado del espacio periodístico chino-español* [Tesis Doctoral, Universidad Complutense de Madrid]. Disponible en <https://hdl.handle.net-20.500.14352-11353>

López del Ramo, J. y Humanes, M. L. (2016). Análisis de contenido de la representación fotográfica de la crisis de los refugiados sirios y su incidencia en el framing visual. *Scire*, 22(2), 87-97.

López-Escobar, E., Llamas, J. P. y McCombs, M. (1996). Una dimensión social de los efectos de los medios de difusión: Agenda-setting y consenso. *Communication & Society*, 9(1-2), 91-125. <https://doi.org-m2kq>

March, K. y Miall, C. (2000). Introduction: Adoption as a Family Form. *Family Relations*, 49(4), 359-362.

Marcos, J. (2011). *Rasgados: Un viaje a la adopción internacional España-China*. Harper Collins.

Marín, J. A. (2017). *La representación mediática del escándalo de corrupción política en España (2009-2014) desde la Teoría del encuadre (Framing)*. [Tesis Doctoral, Universidad Católica San Antonio de Murcia]. Disponible en <http://hdl.handle.net-10952-2528>

- Marín, J. A. y Zamora, R. (2014). Aproximación integradora en la investigación sobre la teoría del *framing* desde su condición multiparadigmática. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 7 (1), 6-40.
- Marre, D. (2004). La adopción internacional y las asociaciones de familias adoptantes: Un ejemplo de sociedad civil virtual global. *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 2004, 8(170), 1-17.
- Marre, D. (2009). Los silencios de la adopción en España. *Revista de antropología social*, 18, 97-126.
- Martínez-Gutiérrez, E. y Goenaga-Ruiz de Zuazu, M. (2021). Agendas y marcos mediáticos sobre la imagen de la vivienda y la vulnerabilidad social. *Ciudad Y Territorio Estudios Territoriales*, 53(M), 13–26. <https://doi.org/10.1080/00141801.2021.1911111>
- Marzal Martínez, A. (2008). La adopción internacional, quince años de historia en España. *Los retos de la postadopción: balance y perspectivas*, 2008, 21-34.
- Masson, J. (2001). Intercountry Adoption: A Global Problem or a Global Solution? *Journal of International Affairs*, 55(1), 141-166.
- Maxwell, M. y Cook, L. (2014). The portrayal of the adopted child in British newspapers and magazines. *Vulnerable Children and Youth Studies*, 9(4), 318-322. <https://doi.org/10.1080/15388619.2014.943183>
- McCombs, M. E. y Estrada, G. (1997). The news media and the pictures in our heads. In S. Iyengar y R. Reeves (Eds.), *Do the media govern?* (pp. 237- 247). Sage.
- McCombs, M. y Evatt, D. (1995). Los temas y los aspectos: Explorando una nueva dimensión de la agenda setting. *Communication & Society*, 8(1), 7-32. <https://doi.org/10.1080/10417949508839233>
- McCombs, M. y Shaw, D. L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *The Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.
- McQuail, D. (2005). *McQuail's mass communication theory* (5th ed). SAGE Publications.
- Mellado, C., Cabello, P., Torres, R., Mellado, C., Cabello, P. y Torres, R. (2017). Modelos periodísticos y el uso de actores y fuentes en la cobertura de asuntos sociales en la postdictadura chilena (1990-2010). *Comunicación y sociedad*, 28, 59-86.
- Mohanty, J., Keokse, G. y Sales, E. (2006). Family Cultural Socialization, Ethnic Identity, and Self-Esteem: Web-Based Survey of International Adult Adoptees. *Journal of Ethnic & Cultural Diversity in Social Work*, 15(3-4), 153-172. <https://doi.org/10.1080/15388619.2006.10557111>
- Montané, M. J. (1996). La evolución de la adopción internacional en España. *Anuario de Psicología*, 71, 23-35.
- Morley, D. (1995). *Spaces of Identity: Global Media, Electronic Landscapes and Cultural Boundaries*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203422977>

Morton, C. y Shelton, S. (2019). The Framing of Adoption: A Content Analysis of Print News Coverage 2014-2016. *The Journal of Public Interest Communications*, 3(1), 27-49. <https://doi.org-m2kz>

Moscovici, S. (1979). *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Editorial Huemul S. A

Muñiz, C. (2020). El framing como proyecto de investigación: Una revisión de los conceptos, ámbitos y métodos de estudio. *Profesional de la Información*, 29(6). <https://doi.org-gj8dbz>

Nieto, G. (1998). «La enseñanza, por vocación ...»: Identidad nacional y mujeres inmigrantes chinas. *Ofrim suplementos*, 3, 143-160.

Nieto, G. (2007). *La inmigración china en España: Una comunidad ligada a su nación*. Libros de la Catarata

Noelle-Neumann, E. (1995). *La espiral del silencio: Opinión pública, nuestra piel social*. Paidós.

Nye, Jr. (2005). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. PublicAffairs Books.

Ocón Domingo, J. (2005). La adopción internacional en España. *Papers. Revista de Sociologia*, 77, 205-218. <https://doi.org-m2k4>

OECD (2017), *PISA 2015 Results (Volume III): Students' Well-Being*, PISA, OECD Publishing, Paris. <https://doi.org-10.1787-9789264273856-en>.

Oren, I. (2003). *Our enemies and US: America's rivalries and the making of political science*. Cornell University Press.

Palacios, J., Sánchez-Sandoval, Y. y León, E. (2005). *Adopción internacional en España: Un nuevo país, una nueva vida*. Subdirección General de Información Administrativa y Publicaciones.

Pan, Z. y Kosicki, G. (1993). Framing analysis: An approach to news discourse. *Political Communication*, 10(1), 55-75. <https://doi.org/10.1080/10584609.1993.9962963>

Paniagua Infantes, C.E. (2018). La adopción en España: contextos de desarrollo, ajuste y rupturas. (Tesis Doctoral Inédita). Universidad de Sevilla.

Paula Veloz, N. (2019). La representación de la nueva imagen de la Casa Real española: De Juan Carlos I a Felipe VI. [Tesis doctoral, Universidad Carlos III de Madrid]. <https://hdl.handle.net-10016-28347>

Pérez Blázquez, A. (2013). Una mirada al 23 F. Los editoriales de El País y ABC. *Historia Actual Online*, 32, 119-135.

- Pindado, J. (2011). Los medios de comunicación y la construcción de la identidad adolescente. *ZER: Revista De Estudios De Comunicación = Komunikazio Ikasketen Aldizkaria*, 11(21). <https://doi.org/10.1387/zer.3712>
- Piñeiro Naval, V. y Mangana, R. (2018). Teoría del encuadre: Panorámica conceptual y estado del arte en el contexto hispano. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 24(2), 1541-1557.
- Popa-Mabe, M. (2010). “Ceausescu's orphans”: Narrating the Crisis of Romanian International Child Adoption. [PhD Theses, Bryn Mawr College]. <https://repository.bryn-mawr.edu/dissertations/45/>
- Raaska, H., Lapinleimu, H., Sinkkonen, J., Salmivalli, C., Matomäki, J., Mäkipää, S. y Elovainio, M. (2012). Experiences of school bullying among internationally adopted children: Results from the Finnish Adoption (FINADO) study. *Child Psychiatry and Human Development*, 43(4), 592–611. <https://doi.org/10.1007/s10578-012-0286-1>
- Ran, Yongping. (冉永平) (2007). 语用学传统议题的深入研究 新兴议题的不断拓展—第十届国际语用学研讨会述评[J]. [Investigación profunda sobre los temas tradicionales en pragmática y ampliación continua en los temas emergentes—Revisión del decimo congreso internacional de pragmática]. 外语教学 [Enseñanza de Idiomas Extranjeros], 6, 6-10.
- Reese, S. (2007). The Framing Project: A Bridging Model for Media Research Revisited. *Journal of Communication*, 57, 148-154. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2468.2007.00295.x>
- Restrepo, E. (2014). Stuart Hall: momentos de su labor intelectual. *Papeles de trabajo*, 8 (14), 34-49.
- Río Pereda, P. del. (1996). *Psicología de los medios de comunicación: Hacia el diseño sociocultural en comunicación audiovisual*. Síntesis.
- Rodríguez Jaume, M. J. (2019). El “nuevo racismo” desde la lente de la “migración silenciosa”: la adopción interracial en España. *Migraciones Internacionales*, 10, 1-24. <https://doi.org/10.33679/rmi.v1i1.2153>
- Rodríguez Jaume, M. J. y Jareño Ruiz, D. (2015). Estigma social y adopción internacional en España: ¿Es la familia adoptiva un modelo familiar menos «auténtico» que los basados en lazos biológicos? *Papers: revista de sociología*, 100(2), 211-236.
- Rodriguez, L. y Dimitrova, D. V. (2011). The levels of visual framing. *Journal of Visual Literacy*, 30(1), 48–65. <https://doi.org/10.1080-23796529.2011.11674684>
- Sádaba, T. (2001). Framing theory in Communications: Origins Development and Limits. *Communication & Society*, 14(2), 143-175. <https://doi.org/10.15581/003.14.36373>
- Sádaba, T. (2008). *Framing: El encuadre de las noticias : el binomio terrorismo-medios* (1a ed). La Crujía Ediciones.

- San Martino Pomés, M. (2014). Identidad y orígenes en el menor adoptado. *Temas de psicoanálisis*, 8, 1-15.
- San Román, B. (2013). De los «hijos del corazón» a los «niños abandonados»: Construcción de «Los orígenes» en la adopción en España. *Papeles del psicólogo*, 34(1), 2-10.
- Sampedro Blanco, V. (2004). Identidades mediáticas e identificaciones mediatizadas. *Revista CIDOB d'afers internacionals*, 66-67, 135-149.
- Scheufele, D. A. (1999). Framing as a Theory of Media Effects. *Journal of Communication*, 49(1), 103-122. <https://doi.org/cx64gc>
- Scheufele, D. A. y Tewksbury, D. (2007). Framing, agenda setting, and priming: The evolution of three media effects models. *Journal of Communication*, 57(1), 9-20. <https://doi.org-d4gf2q>
- Selman, P. (2009). The rise and fall of intercountry adoption in the 21st century. *International Social Work*, 52(5), 575-594. <https://doi.org-bksnfx>
- Selman, P. (2012). Tendencias globales en la adopción internacional: ¿en el «interés superior de la infancia»? *Scripta Nova: Revista electrónica de geografía y ciencias sociales, Extra*, 395 (21). Disponible en <http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-395/sn-395-21.htm>
- Selman, P. (2013). *One Million Children Moving: The Demography of «intercountry Adoption»*. Paper presented at 4th International Conference on Adoption Research.
- Selman, P. (2015). Intercountry adoption of children from Asia in the twenty-first century. *Children's Geographies*, 13(3), 312-317. <https://doi.org-m2mm>
- Selman, P. (2019). *International Adoptions from the People's Republic of China, 1992-2017*. <https://doi.org-m2mp>
- Selman, P. (2023). *Global Statistics for Intercountry Adoption: Receiving States and States of origin 2004-2021*.
- Selman, P. (2024). *Global Statistics for Intercountry Adoption: Receiving States and States of origin 2004-2022*.
- Sen, A. (2003). Missing women—Revisited. *BMJ: British Medical Journal*, 327(7427), 1297-1298. <https://doi.org-bb9mtc>
- Smolin, D. M. (2011). The Missing Girls of China: Population, Policy, Culture, Gender, Abortion, Abandonment, and Adoption in East-Asian Perspective. *Cumberland Law Review*, 41(1), 1-65. [http://works.bepress.com/david\\_smolin/9/](http://works.bepress.com/david_smolin/9/)
- Stangor, C. (2009). The study of stereotyping, prejudice, and discrimination within social psychology: A quick history of theory and research. En *Handbook of prejudice, stereotyping, and discrimination* (pp. 1-22). Psychology Press. <https://doi.org-j9j2>

Struve, J. E. (2005). "Second-class families": Media portrayal of adoption in America. Dissertations and Theses, University of Northern Iowa.

Sun, L. (2016). Babies without Borders: Representations of Transracial Chinese Adoption in Picture Books. *Multicultural Education*, 23(2), 55-59.

Tajfel, H. (1984). *Grupos humanos y categorías sociales: Estudios de psicología social*. Editorial Herder.

Tankard, J. (2001). The Empirical Approach to the Study of Media Framing. En *Framing Public Life*. Routledge.

Tessler, R. (2005). Preface in *Chinese Birds in American Nests—A study on American Families' Adoption of Chinese Children* [华鸟美巢—美国家庭收养中国儿童问题研究] (pp. 7-10). Hefei University of Technology Publishin.

Tong, Xiaojun. (童小军) (2007). 跨国领养：失依儿童家庭养育的另一种模式—以美国家庭领养中国儿童为例 [Intercountry Adoption: A Model for Raising Abandoned Children in Family Settings—A study on American families with children adopted from China]. 中国青年政治学院学报 [Journal of China Youth University for Political Sciences], 4, 1-7.

Tuchman, G. (1978). *Making news: A study in the construction of reality*. New York: Free Press.

van Dijk, T. A. (1990). *La noticia como discurso: Comprensión estructura y producción de la información*. Ediciones Paidós Ibérica, S.A.

van Dijk, T. A. (1997). *Racismo y análisis crítico de los medios*. Ediciones Paidós Ibérica, S.A.

van Dijk, T. A. (2005a). Nuevo racismo y noticias. Un enfoque discursivo. *Inmigración, género y espacios urbanos: los retos de la diversidad*, 33-56.

van Dijk, T. A. (2005b). Ideología y análisis del discurso. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 10(29), 9-36.

Van Gorp, B. (2007). The constructionist approach to framing: Bringing culture back in. *Journal of Communication*, 57(1), 60-78.

Van Gorp, B. (2010). Strategies to take subjectivity out of framing analysis. En *Doing news framing analysis* (pp. 100-125). Routledge.

Vich Bertran, J. (2012). *DEL ITINERARIO ADOPTIVO ENTRE CHINA Y ESPAÑA Y DE SU CONTEXTO*. [Tesis Doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona]. <http://hdl.handle.net/10803/108130>

- Waggenspack, B. M. (1998). The Symbolic Crises of Adoption: Popular Media's Agenda Setting. *Adoption Quarterly*, 1(4), 57-82. <https://doi.org/dfdpcr>
- Wan, Xiaohong. (万晓宏) (2010). 美国华人移民中的一个特殊群体:领养华童.[ A Special Group in Chinese American Immigration: Adopted Chinese Children] 八桂侨刊.[Overseas Chinese Journal of Bagui]. 2, 59-65.
- Wang, Mengli. (王梦黎) (2016). 留下一片足迹, 带走一份乡情—海外华裔青少年"中国寻根之旅"夏令营活动分析. [Dejando una huella, llevando un sentimiento de hogar: Análisis de las actividades del campamento de verano "Viaje a las raíces chinas" para adolescentes chinos en el extranjero]. 对外传播 [Comunicación Internacional], 11, 67-69.
- Wang, Xin. y Chen, Xinren. (王鑫, 陈新仁) (2015). 中文报纸“叙事性”新闻标题的语用研究:调查与分析[Pragmatic Study of "Narrative" News Headlines in Chinese Newspapers: Investigation and Analysis] 外语学刊. [Foreign Language Research], 183(2).
- Wegar, K. (2000). Adoption, Family Ideology, and Social Stigma: Bias in Community Attitudes, Adoption Research, and Practice. *Family Relations*, 49(4), 363-369. <https://doi.org/ckmwgm>
- Weil, R. (1984). International Adoptions: The Quiet Migration. *International Migration Review*, 18(2), 276-293.
- Werron, T. (2015). Why do we believe in competition? A historical-sociological view of competition as an institutionalized modern imaginary. *Distinktion: Journal of Social Theory*, 16(2), 186-210. <https://doi.org-m3c7>
- Wiley, M. O. y Baden, A. L. (2005). Birth Parents in Adoption: Research, Practice, and Counseling Psychology. *The Counseling Psychologist*, 33(1), 13-50.
- Wolf, M. (1987). *La investigación de la comunicación de masas*. Ediciones Paidós Ibérica, S.A.
- Wolf, M. (1991). Tendencias actuales del estudio de medios. *Diálogos de la comunicación*, 30, Artículo 4.
- Wu, Xiaoan. 吴小安. (2014). 概念脉络、文化关怀与比较视角: 华侨华人研究的再梳理. [Contexto conceptual, preocupación cultural y perspectiva comparativa: Una revisión de los estudios sobre los chinos de ultramar y los chinos en el extranjero. 中国华侨历史博物馆开馆纪念特刊. [Edición conmemorativa de la apertura del Museo de Historia de los Chinos de Ultramar en China]. 北京: 中国华侨出版社. [Beijing: Editorial China de los Chinos de Ultramar].
- Xiao, Fuqun. 肖富群 (2012). 农村独生子女与性别平等: 基于江苏, 四川两省的实证研究. [Hijos únicos en el campo rural y la igualdad de género: Estudio empírico basado

*en la provincia de Jiangsu y Sichuan*]. 广西师范大学出版社. [Guangxi Normal University Press].

Yim, Youngeon, y Lim, Chaewan. (2012). Overseas Adoptees Korean Diaspora: Centered on the Content Analysis from Newspapers, *Association For The Studies Of Koreans Abroad*, 26, 77-104. Disponible en [https://uci.kci.go.kr/resolution/result.do?res\\_cd=G704-SER000002250.2012..26.004&res\\_svc\\_cd=](https://uci.kci.go.kr/resolution/result.do?res_cd=G704-SER000002250.2012..26.004&res_svc_cd=)

Yu, Qing. 余青 (2012). The identity construction of the adopted children from China in the United States. [中国被收养儿童在美国的身份认同构建]. Master dissertation, East China Normal University [研究生论文, 华东师范大学].

Zhao, Mei. (赵梅) (2019). 架起爱与友谊的桥梁—美国家庭收养中国儿童问题研究 [Building a Bridge of Love and Friendship—A Study on the Adoption of Chinese Children by American Families]. 美国研究 [*The Chinese Journal of American Studies*], 2, 32-52.

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]. <https://hdl.handle.net/20.500.14352-62779>



## Listado de Figuras

|   |     |
|---|-----|
| Figura 1. Esquema de los conceptos principales del marco teórico .....  | 32  |
| Figura 2. Esquema de relación entre el objeto y los enfoques teóricos.....  | 59  |
| Figura 3. El contenido mediático y la construcción de identidad de usuarios del lenguaje .....  | 62  |
| Figura 4. Procedimientos de la investigación.....   | 71  |
| Figura 5. División y orden de la tesis .....  | 73  |
| Figura 6. Datos estadísticos de la adopción internacional de China (1992-2020) .....  | 90  |
| Figura 7. Los primeros cinco países de origen de adopción internacional (2004-2020)   | 92  |
| Figura 8. Ratio de género y edad de los adoptados de origen chino en Estados Unidos (1999-2022) .....                                     | 103 |
| Figura 9. Comparación de ratio de género de niños chinos adoptados por familias estadounidenses de 2005 (izquierda) y 2016 (derecha)..... | 104 |
| Figura 10. Póster de planificación familiar .....   | 108 |
| Figura 11. Póster de planificación familiar .....   | 109 |
| Figura 12. Evolución del número de nuevos matrimonios y nacimientos (2010-2022)   | 111 |
| Figura 13. Evolución de Adopción Internacional en España (1997-2020) .....  | 114 |
| Figura 14. Adopción Internacional y Adopción Nacional en España (2000-2020) .....   | 116 |
| Figura 15. Evolución de la Adopción Internacional China-España (1997-2020) .....  | 120 |
| Figura 16. Artículo periodístico sobre la ley de adopción de China .....  | 126 |
| Figura 17. Representación periodística sobre la adopción internacional .....  | 127 |
| Figura 18. Artículo chino sobre la adopción internacional .....   | 127 |
| Figura 19. Representación de la vida de los adoptados en redes sociales chinas.....   | 133 |
| Figura 20. Noticias sobre adopción internacional de <i>El País</i> .....  | 135 |
| Figura 21. Noticia española sobre el aumento de adopción internacional .....  | 136 |
| Figura 22. Noticia española sobre la disminución de la adopción internacional .....   | 137 |
| Figura 23. Carta abierta a las adoptadas de origen chino .....  | 141 |
| Figura 24. Escena de la película Chinas .....   | 144 |
| Figura 25. Evolución de las noticias sobre la Adopción Internacional China-España en <i>ABC</i> (1997-2020).....                          | 149 |
| Figura 26. Evolución de las noticias sobre la Adopción Internacional China- España en <i>El País</i> (1997-2020).....                     | 150 |

|   |     |
|---|-----|
| Figura 27. Distribución de temas en <i>ABC</i> 1997-2020 .....                                  | 152 |
| Figura 28. Distribución de temas en <i>El País</i> 1997-2020 .....                              | 154 |
| Figura 29. Distribución y relevancia de temas en <i>ABC</i> y <i>El País</i> (1997-2020) .....  | 155 |
| Figura 30. Cambio y evolución de temas durante 1997-2020 en <i>ABC</i> .....                    | 157 |
| Figura 31. Noticia sobre la llegada de adolescencia de los adoptados .....                      | 160 |
| Figura 32. Cambio y evolución de temas durante 1997-2020 en <i>El País</i> .....                | 163 |
| Figura 33. Distribución de categorías de titulares en <i>ABC</i> .....                          | 166 |
| Figura 34. La figura de cigüeña en la construcción del origen de los adoptados.....             | 171 |
| Figura 35. “Sueño de ojos rasgados”, <i>ABC</i> .....   | 173 |
| Figura 36. “Una oportunidad teñida de verde”, <i>ABC</i> .....                                  | 177 |
| Figura 37. Distribución de titulares en <i>El País</i> .....                                    | 178 |
| Figura 38. Distribución de actores en <i>ABC</i> .....  | 182 |
| Figura 39. Distribución de personajes que tengan voces en <i>ABC</i> .....                      | 183 |
| Figura 40. Distribución de actores en <i>El País</i> .....                                      | 185 |
| Figura 41. Distribución de personajes que tengan voces en <i>El País</i> .....                  | 186 |
| Figura 42. “Mimar a los recién llegados”, <i>ABC</i> .....                                      | 197 |
| Figura 43. “Adoptar un hijo no es un acto de caridad”, <i>El País</i> .....                     | 206 |
| Figura 44. Escena de la llegada de los padres con sus hijos en el aeropuerto madrileño<br>..... | 208 |
| Figura 45. Evolución de noticias publicadas en medios chinos 2003-2020.....                     | 216 |
| Figura 46. Distribución de temas en medios chinos ( <i>Ouhua</i> y <i>Sohu</i> ) .....          | 218 |
| Figura 47. Evolución longitudinal de los temas tratados en medios chinos.....                   | 220 |
| Figura 48. Distribución de titulares en los medios chinos.....                                  | 226 |
| Figura 49. Comentarios de los internautas chinos en el foro de <i>Ouhua</i> .....               | 240 |
| Figura 50. Distribución de actores en los medios chinos ( <i>Ouhua</i> y <i>Sohu</i> ).....     | 241 |
| Figura 51. Voces en los medios chinos ( <i>Ouhua</i> y <i>Sohu</i> ).....                       | 244 |
| Figura 52. Relación entre el encuadre visual con la percepción pública.....                     | 277 |
| Figura 53. Porcentaje de gráfico e imágenes de personas en <i>ABC</i> y <i>El País</i> .....    | 278 |
| Figura 54. Contexto humano en las fotos de medios españoles .....                               | 279 |
| Figura 55. Relación familiar en las imágenes de las noticias españolas .....                    | 280 |
| Figura 56. Las imágenes en las noticias españolas.....  | 281 |
| Figura 57. Imágenes en las noticias españolas .....   | 282 |
| Figura 58. Imágenes en las noticias españolas .....   | 284 |

|  |     |
|--|-----|
| Figura 59. Imágenes de los menores en las noticias españolas ..... | 285 |
| Figura 60. Contexto humano en las imágenes en medios chinos .....  | 288 |
| Figura 61. Imágenes en las noticias chinas.....                    | 291 |
| Figura 62. Imágenes en las noticias chinas.....                    | 292 |
| Figura 63. Imágenes en las noticias chinas.....                    | 293 |
| Figura 64. Imágenes en las noticias chinas.....                    | 294 |
| Figura 65. Imágenes en las noticias chinas.....                    | 295 |
| Figura 66. Imágenes en las noticias chinas.....                    | 295 |
| Figura 67. Imágenes en las noticias chinas.....                    | 297 |
| Figura 68. Imágenes en las noticias chinas.....                    | 298 |
| Figura 69. Imágenes en las noticias chinas.....                    | 300 |

## Listado de Tablas

|  |     |
|--|-----|
| Tabla 1. Categorías de temas y su definición .....   | 79  |
| Tabla 2. Categoría de titulares según la función comunicativa .....                                  | 82  |
| Tabla 3. Categorías de actores y voces .....   | 85  |
| Tabla 4. Datos estadísticos de Adopción Internacional en España (1997-2020) .....                    | 123 |
| Tabla 5. Adopción Internacional y Adopción Nacional de España (número de adoptados)<br>.....         | 124 |
| Tabla 6. Datos de Adopción Internacional (España) procedente de China (1997-2020)<br>.....           | 125 |
| Tabla 7. Ejemplos de temas 1997-2008 en <i>El País</i> .....   | 164 |
| Tabla 8. Ejemplos de temas aparecidos después de 2014 en <i>El País</i> .....                        | 165 |
| Tabla 9. Ejemplos de titulares designativos de <i>ABC</i> .....                                      | 167 |
| Tabla 10. Los titulares declarativos en <i>ABC</i> .....   | 168 |
| Tabla 11. Los titulares evocadores en <i>ABC</i> .....   | 170 |
| Tabla 12. Ejemplos de titulares designativos en <i>El País</i> .....                                 | 179 |
| Tabla 13. Titulares declarativos en <i>El País</i> .....   | 179 |
| Tabla 14. Titulares temáticos en <i>El País</i> .....  | 180 |
| Tabla 15. Ejemplos de titulares evocadores en <i>El País</i> .....                                   | 181 |
| Tabla 16. Léxicos en la definición del bajón de la adopción china ( <i>ABC</i> y <i>El País</i> )... | 201 |
| Tabla 17. Distribución numérica de los titulares en medios chinos ( <i>Ouhua</i> y <i>Sohu</i> )...  | 226 |
| Tabla 18. Ejemplos de titulares designativos en medios chinos.....                                   | 227 |
| Tabla 19. Designación a los adoptados en los titulares .....   | 230 |
| Tabla 20. Otros usos léxicos en los titulares designativos en medios chinos.....                     | 233 |
| Tabla 21. Titulares evocadores en medios chinos ( <i>Ouhua</i> y <i>Sohu</i> ).....                  | 238 |
| Tabla 22. Distribución numérica de actores principales en los medios chinos .....                    | 243 |
| Tabla 23. Distribución numérica de voces en los medios chinos ( <i>Ouhua</i> y <i>Sohu</i> ) .....   | 247 |
| Tabla 24. Instituciones y asociaciones aparecidas en las noticias de medios chinos ...               | 270 |
| Tabla 25. Distribución de imágenes en medios españoles .....   | 278 |
| Tabla 26. Protagonistas en las imágenes en <i>ABC</i> y <i>El País</i> .....                         | 280 |
| Tabla 27. Datos de imágenes en medios chinos .....   | 287 |
| Tabla 28. Numérica de distribución de los protagonistas en las imágenes chinas .....                 | 290 |



## Anexo

### Noticias de los medios españoles (ABC)

| Tiempo         | Titular  |
|----------------|--|
| 05-11-2000     | Las adopciones de niños chinos se han triplicado en la Comunidad Valenciana                                      |
| 03-11-2001     | China pretende suspender la adopción de niños por parte de españoles   |
| 29-11-2001     | Sólo 400 familias españolas podrán adoptar un niño chino en 2001   |
| 15-07-2002     | El gobierno chino concederá 358 adopciones a España en 2002, pero siguen siendo insuficientes                    |
| 11-08-2002     | Los valencianos eligen Colombia, Rusia y China para adoptar  |
| 03-12-2002     | China elimina el cupo de adopciones para familias españolas  |
| 07-12-2002 (a) | Adopciones en China  |
| 07-12-2002 (b) | Cuando los niños vienen de Pekín   |
| 16-12-2002     | La asociación valenciana Piao es la única acreditada para la adopción de niños chinos con necesidades especiales |
| 08-03-2003     | La Reina visita en China un centro de adopción   |
| 10-03-2003     | La Reina regresa de Filipinas y China, donde llevó la solidaridad española a los más necesitados                 |
| 28-04-2003     | Las familias de la región han adoptado 167 niñas chinas desde 1997   |
| 05-07-2003     | «Recogeremos a las niñas en China este domingo»  |
| 17-05-2003     | China suspende temporalmente las adopciones para evitar la expansión del virus de la neumonía atípica            |
| 04-01-2004     | China es el país que más niños adoptados llegaron en 2003 a la región  |
| 10-01-2004     | China anuncia que tiene 54.000 niños en orfanatos en espera de ser adoptados                                     |
| 15-02-2004     | El colapso en la Embajada española en China retrasa los procesos de adopción de las familias                     |
| 10-05-2004     | China más cerca de Andalucía   |
| 07-08-2004     | Adopciones de receta médica  |
| 25-09-2004     | Los niños chinos ya forman parte de la realidad cotidiana valenciana   |

|            |   |
|------------|---|
| 29-09-2004 | Las adopciones internacionales superan ya a las concedidas durante todo 2003  |
| 16-01-2005 | Aguirre viaja a China para «vender» la imagen de Madrid   |
| 20-01-2005 | Madrid se vuelca en la adopción de niñas chinas y propone mejorar los trámites  |
| 28-04-2005 | Las adopciones internacionales casi se duplicaron en 2004 hasta llegar a 173, la mayoría de China y Rusia   |
| 29-04-2005 | El Gobierno acaba por reconocer que las parejas gays tendrán difícil adoptar niños—China y Rusia, preferidos por las familias españolas, son los países más restrictivos              |
| 30-04-2005 | La adopción internacional se disparó al crecer un 76 por ciento el año pasado   |
| 08-05-2005 | «Debe moverte el amor y las ganas de darles todo en la vida»  |
| 08-05-2005 | España, primer país de Europa en adopción de niños extranjeros  |
| 26-07-2005 | Ahora la cigüeña viene de China   |
| 10-08-2005 | ¿Por qué los niños vienen ahora de Pekín?   |
| 22-09-2005 | El 60 por ciento de las adopciones valencianas se realizan en China   |
| 15-03-2006 | Las solicitudes de adopción crecen en España casi un 80 por ciento en cinco años  |
| 21-12-2006 | Los españoles con obesidad mórbida no podrán adoptar niños en China   |
| 12-04-2007 | El 63% de las adopciones de fuera de España en 2006 procedió de China   |
| 28-04-2007 | China endurece los requisitos para la adopción y da prioridad a los matrimonios heterosexuales  |
| 29-04-2007 | China restringirá más las adopciones y tendrá en cuenta hasta las multas de tráfico   |
| 14-05-2007 | Los valencianos adoptaron 1.900 menores en los últimos cuatro años- Los niños procedentes de China suponen el 57 por ciento del total de las acogidas internacionales de la Comunidad |
| 28-05-2007 | Los nuevos requisitos reducirán a la mitad la adopción de niñas procedentes de China  |
| 19-07-2007 | Las adopciones internacionales descienden por el bloqueo de China   |
| 09-08-2007 | La cigüeña viene de China, Nepal y Rusia  |
| 10-04-2008 | Una familia madrileña, la segunda del mundo que adopta trilliza en China  |
| 03-05-2008 | Las trabas chinas provocan el descenso de las adopciones internacionales  |

|                |   |
|----------------|---|
| 23-07-2008     | El número de niños adoptados de otros países es el más bajo de los últimos cinco años—China y Rusia han endurecido los requisitos exigidos a las familias   |
| 26-10-2008     | La adopción internacional se colapsa tras el bloqueo ruso y las dificultades chinas   |
| 02-11-2008     | Las adopciones internacionales descienden un 20% por el aumento de las exigencias - Las restricciones de Rusia y China frenan las solicitudes- La mayor parte de los 31 menores que llagaron a Córdoba hasta junio procedía de Rusia, Nepal y Kazajistán. |
| 07-12-2008     | Las adopciones de niños chinos bajan un 66% por la demora en la tramitación   |
| 14-05-2009     | Casi 400 familias sevillanas afectadas por la demora de las adopciones de China   |
| 08-12-2009     | China vuelve a colocarse en cabeza  |
| 18-01-2010     | Sueño de ojos rasgados  |
| 16-08-2010     | Una oportunidad teñida de verde   |
| 03-02-2011     | Andeni celebrará el Año Nuevo Chino el 12 de febrero en Don Benito  |
| 06-03-2011     | La adopción internacional cae un 70% por la crisis y el aumento de requisitos   |
| 13-06-2011     | Consell pide agilizar plazos adopción menores chinos, que es de unos 5 años   |
| 02-07-2011     | Cae un 80 por ciento el número de adopciones niños procedentes de China   |
| 13-03-2012     | Región registra 90 adopciones al año, en su mayoría de China, Etiopía y Rusia.  |
| 13-04-2012     | La cigüeña sigue viniendo de China  |
| 12-05-2012     | Caen en picado las adopciones en China por familias españolas   |
| 18-05-2012     | La cigüeña ya no viene de Pekín   |
| 20-06-2012     | Las familias extremeñas han adoptado 356 niños chinos   |
| 30-06-2012 (a) | La Junta creará una web para asesorar a familias adoptantes de niños chinos   |
| 30-06-2012 (b) | Unas 5.000 familias españolas esperan la adopción de niños de China   |
| 25-09-2013     | La madre de Asunta: «Cuando adoptas tú sabes que es para toda la vida»  |
| 01-10-2013     | Familias adoptantes en China: «Que Asunta fuese adoptada es un elemento casual»   |

|                |  |
|----------------|--|
| 03-10-2013     | España ofrece a China las «máximas garantías» para los niños adoptados   |
| 08-10-2013     | Resquemor en asociación china por retraso de adopciones tras el caso Asunta  |
| 15-10-2013     | Entidades públicas recomiendan a los medios cómo tratar las adopciones   |
| 16-06-2014 (a) | «Cada vez hay más trabas para la adopción, pero las niñas chinas siguen siendo las víctimas»   |
| 16-06-2014 (b) | El auge económico chino desploma las adopciones  |
| 29-06-2014     | EL embajador de China agradece la labor de las familias españolas adoptantes   |
| 14-01-2015     | La primera generación de niños adoptados en otros países llega a la adolescencia   |
| 21-02-2015     | El número de adopciones de China ha pasado de 141 en 2009 a 19 en 2014   |
| 25-03-2015     | Niños con necesidades especiales: el futuro de la adopción internacional   |
| 26-03-2015     | «En la adopción internacional ya no hay niños sanos y perfectos»   |
| 25-06-2016     | Un centenar de familia de toda España conocen trámites para adoptar en China   |
| 26-10-2016     | Un vecino con tres niños adoptados promueve un colegio chino en el Aljarafe- Manuel García, de 61 años, habilita unas aulas de un centro de Gines, pero pide ayuda para poder ampliarlas |
| 14-01-2018     | «La adopción está totalmente paralizada»   |
| 24-02-2019     | «La adopción no puede ser un tabú» La hija de Esperanza Rodríguez llegó de China. Recuerda con emoción la primera vez que la tuvo en brazos.   |

Fuente: Elaboración propia.

Noticias de los medios españoles (*El País*)

| Fecha         | Titular   |
|---------------|---|
| 27-07-1997(a) | La adopción, paso a paso  |
| 27-07-1997(b) | Los niños vienen de Pekín–Se dispara el número de adopciones de niños en España   |
| 03-11-2001    | China impone condiciones para continuar con la adopción de niños  |
| 12-11-2001(a) | La Comunidad cree que China limitará el número de adopciones  |
| 12-11-2001(b) | La suspensión de adopciones de niños chinos afecta a decenas de familias<br><a href="https://elpais.com/diario/2001/11/12/madrid/1005567862_850215.html">https://elpais.com/diario/2001/11/12/madrid/1005567862_850215.html</a> |
| 20-11-2001    | España agilizará los informes de adopción de niños chinos Igualadas las normas para las agencias  |
| 17-12-2001    | Freno a las adopciones de niños chinos y rumanos  |
| 24-12-2001(a) | Los orfanatos, casi vacíos  |
| 24-12-2001(b) | Un regalo de Navidad llegado de China   |
| 02-03-2002    | El 25% de las peticiones de adopción en 2001 fueron para niños chinos   |
| 10-03-2002    | Otra manera de ser padres   |
| 23-05-2002    | Las adopciones internacionales se triplican en cinco años. El 55% de los menores vino en 2001 de China, Rusia y Rumania   |
| 31-03-2003    | Candela tiene los ojos rasgados   |
| 06-04-2003    | Un proceso de unos dos años de duración para traer a un menor de China  |
| 10-05-2003    | suspendidos los viajes a China para adoptar niños   |
| 17-05-2003(a) | China suspende la entrega de niños en adopción a causa de la neumonía   |
| 17-05-2003(b) | 'Nos sentimos abandonados'  |
| 06-07-2003(a) | Casi la mitad de los 524 niños extranjeros adoptados el año pasado proceden de China  |
| 06-07-2003(b) | Cuatro de cada diez niños extranjeros adoptados son chinos  |
| 07-09-2003    | China concentra el mayor número de solicitudes de adopción  |

|               |  |
|---------------|--|
| 12-09-2003    | El 40% de los niños adoptados en el extranjero en 2002 son chinos  |
| 21-12-2003    | “Adoptar un hijo no es un acto de caridad”   |
| 25-09-2004    | Más de 200 niños chinos adoptados se reúnen en El Saler  |
| 28-03-2005    | El 55,9% de las adopciones se solicitan en China   |
| 20-06-2005    | De Miguel viaja hoy a China para favorecer las adopciones  |
| 21-06-2005    | La Generalitat operará a niños chinos con discapacidades   |
| 17-09-2005    | Uno de cada dos niños adoptados en Madrid procede de China   |
| 28-11-2005    | China es el principal país de procedencia de niños adoptados   |
| 18-07-2006    | Los niños vienen de China<br><a href="https://elpais.com-sociedad-2006-07-18-actualidad-1153173602_850215.html">https://elpais.com-sociedad-2006-07-18-actualidad-1153173602_850215.html</a> |
| 19-07-2006    | Más de la mitad de los niños adoptados proceden de China   |
| 06-08-2006(a) | Ane Jing y Miren Yin ya tienen 'ama' y 'aita '   |
| 06-08-2006(b) | Las adopciones internacionales se estabilizan—las solicitudes descendieron un 5,3% en 2005 y llegó a Euskadi casi el mismo número de niños.  |
| 21-11-2006    | Las diputaciones reciben 545 peticiones de adopción internacional  |
| 21-12-2006    | China no concederá adopciones a obesos, pobres o parejas sin formación   |
| 02-05-2007    | China endurece las adopciones para evitar a los solicitantes homosexuales  |
| 13-05-2007    | El viaje de Zhao   |
| 02-07-2007    | Rusia, China y Etiopía concentran las solicitudes de adopción  |
| 19-07-2007    | China concentró el año pasado casi la mitad de las adopciones internacionales  |
| 04-05-2008    | China trastoca el mapa de las adopciones internacionales   |
| 23-07-2008    | China y Rusia echan el freno a las adopciones  |
| 11-06-2011    | Hugo y los pediatras   |
| 20-05-2014(a) | La adolescencia de las niñas Mei Ming  |

|               |   |
|---------------|---|
| 20-05-2014(b) | Las primeras chinas españolas                                   |
| 16-05-2015    | La huella del orfanato en los niños adoptados                   |
| 17-02-2016    | “¡En el cole me llaman chino!”                                  |
| 06-12-2016    | Una vida nueva para el héroe del basurero                       |
| 20-07-2017    | Las familias que están detrás de las adopciones especiales      |
| 29-03-2019    | El reencuentro en Madrid 17 años después de dos niñas adoptadas |
| 01-07-2019    | China ya no abandona a sus hijos                                |

Fuente: Elaboración propia.

Noticias de los medios chinos (*Ouhua*:欧华)

| Fecha       | Titular   |
|-------------|---|
| 24-09-2013  | 一 12 岁华人女童被强暴致死   |
| 28-09-2013  | 西班牙被害中国女童养父母遭逮捕疑为真凶   |
| 09-01-2014  | 西收养儿童增多 歧视现象严重  |
| 11-02-2014  | 走进马德里中国文化中文体验春节 (引入:文化寻根 追梦中国)  |
| 24-03-2014  | 中国领养女孩被杀案依然扑朔迷离   |
| 31-05-2014  | 西班牙中国养女成长的烦恼 (西班牙语稿: La adolescencia de las niñas MeiMing)  |
| 30-06-2014  | 中国领养女孩被杀案侦结完毕?  |
| 11-11-2014  | “中汇贸易杯·我是超级演说家” 决赛结果揭晓  |
| 12-11-2014  | “中汇贸易杯·我是超级演说家” 小选手背后的故事及花絮   |
| 22-02-2015  | 金马奔千里 玉羊进万家-记华商中文学校春节联欢会  |
| 30-04-2015  | 西班牙史无前例的疑案再引关注  |
| 30-09-2015  | Asunta 案审判结果宣布 养父母获刑 20 年   |
| 10-10-2015  | Asunta 的养父母到底是恶魔还是亲人?   |
| 31-10-2015  | 西班牙离异夫妇杀害华裔养女被判罪  |
| 04-11-2015  | 阿颂达, 一个失败婚姻的无辜牺牲品? 与西班牙自身庭审记者谈华裔养女被杀案   |
| 30-12-2015  | 巴塞留学生与领养儿童共迎新春<br><a href="http://www.ouhua.info-2015-1230-4399.html">http://www.ouhua.info-2015-1230-4399.html</a> |
| 27-01-2016  | 亚洲之家举办元宵灯谜晚会<br><a href="http://www.ouhua.info-2016-0127-5045.html">http://www.ouhua.info-2016-0127-5045.html</a>   |
| 08-02-2016  | 马德里中国文化中心面向收养协会举办欢乐春节专场活动   |
| 23-02-2016a | 中国应该感谢你们<br><a href="http://www.ouhua.info-2016-0223-5654.html">http://www.ouhua.info-2016-0223-5654.html</a>       |
| 23-02-2016b | 中国文化学校举办家长开放课 <a href="http://www.ouhua.info-2016-0223-5628.html">http://www.ouhua.info-2016-0223-5628.html</a>     |
| 16-12-2016  | 首届西班牙儿童保护组织领养儿童才艺秀圆满举行  |

|            |                                     |
|------------|-------------------------------------|
| 16-01-2017 | 中国文化中心与 AKUNA 联合举办“欢乐春节”活动          |
| 24-01-2017 | 新东方文华学院新春联欢会圆满举行                    |
| 03-03-2017 | 西班牙人领养中国孩子或将成为历史                    |
| 19-04-2017 | 4 岁中国男童被养父母虐待险丧命                    |
| 04-12-2017 | “我的故土: 领养儿童和海外华裔青年寻根之旅” 图片展开幕       |
| 28-04-2018 | 西班牙与中国高校的一场美丽邂逅——“留学中国”教育展西班牙专场成功举办 |
| 07-06-2018 | 巴塞一名华裔收养女童遭性侵致死                     |
| 31-01-2019 | 又是种族歧视! 西籍华裔少女遭电话威胁                 |
| 29-03-2019 | 失散多年被西班牙家庭领养的中国姐妹在马德里重逢!            |
| 06-07-2019 | “乐舞丝路” 民族音乐会奏响伊比利亚半岛                |
| 21-04-2020 | 被收养华裔女孩感染后痊愈: 只因亚洲面孔受到种族主义侵害        |
| 19-11-2020 | 2013 年华裔女孩被杀案: 当事人养母在狱中上吊自杀 (视频)    |

Fuente: Elaboración propia.

## Noticias de los medios chinos (*Sohu*: 搜狐)

| Fecha      | Titular                             |
|------------|-------------------------------------|
| 07-03-2003 | 西班牙索菲娅王后参观北京儿童福利院侧记                 |
| 10-05-2005 | “洋父母收养中国儿童热” 引叹 “大爱无疆”              |
| 12-09-2005 | 根在中国—西班牙母亲带中国养女重游故地                 |
| 20-10-2005 | 西班牙: 中国孩子是从天而降的礼物 (3)               |
| 11-12-2005 | 西班牙国际儿童领养机构简化领养中国儿童手续               |
| 24-07-2006 | 西班牙去年从外国领养 5 千多儿童 半数来自中国            |
| 21-11-2006 | 西班牙领养中国儿童家庭: “我们和中国是亲戚”             |
| 16-01-2009 | 西班牙家庭收养外国儿童因收养条件提高数量减少              |
| 02-06-2012 | 被领养中国儿童在西班牙庆“六一”                    |
| 08-07-2012 | 盼不丢文化传统 马德里被领养中国儿童免费学中文(图)          |
| 01-12-2012 | 西班牙瓦伦西亚领养中国儿童申请下降九成                 |
| 27-09-2013 | 西班牙被领养中国女孩遭奸杀 案件调查出人意料              |
| 31-10-2015 | 西班牙“中国养女被杀案”定案: 养父母杀人罪成立            |
| 29-11-2015 | 西班牙夫妇杀害华裔养女获刑 18 年                  |
| 09-02-2016 | 西班牙华裔领养儿童联欢过大年                      |
| 06-03-2017 | 西班牙人领养中国孩子数量逐年降 或将成为历史              |
| 11-04-2017 | 女孩被西班牙夫妇收养 今欲寻亲                     |
| 07-12-2017 | 马德里中国文化中心: 寻根之旅让他们更加亲近了             |
| 07-06-2018 | 西班牙华裔女孩遭邻居谋杀致死 警方已逮捕凶手              |
| 05-08-2018 | 弃婴 9 年前被西班牙夫妇收养, 如今漂洋过海来威海, 只为..... |
| 08-02-2019 | 大爱不分国界! 滨州两孩子分别在美国、西班牙被收养家庭过新年      |

|            |  |
|------------|--|
| 27-03-2019 | 中国女孩被收养在西班牙长大 盼寻在孤儿院时的好友                       |
| 29-03-2019 | 网友给力助寻人 被领养的两名西班牙华人女孩重逢                        |
| 30-05-2019 | 22 岁西班牙女孩来苏寻亲，出生在常熟，流落街头曾遇好心人                  |
| 07-07-2019 | 1 岁在桂平被西班牙父母领养，14 岁的她回到桂平寻亲                    |
| 10-09-2019 | 贵阳女孩 14 年遭遗弃后被西班牙夫妇收养，如今她想找到亲生父母               |
| 07-01-2020 | 大爱寻根 温暖回家—西班牙籍中国女孩回娄底市社会福利院寻根                  |
| 25-11-2020 | 中国女孩 Asunta 被害 7 年后，她的西班牙养母在狱中自杀，多年前的秘密何时才能揭晓？ |

Fuente: Elaboración propia.

Nota: La noticia de 10-09-2019 ha sido renovada en la plataforma con la nueva fecha de publicación de 10-02-2023.

## Noticias de los medios chinos complementarios (*Eulam*: 欧浪)

Nota: En la elaboración de la presente tesis, *Eulam* y *Agencia de Noticias Chinas* solo han sido los medios complementarios, pero también hemos puesto en el presente apartado todas las noticias localizadas que se vincula con la adopción entre China y España.

| Fecha       | Titular                                    |
|-------------|--|
| 24-09-2013  | 加利西亚农村发现一名 12 岁中国女童的尸体                     |
| 27-09-2013  | 12 岁中国女孩被杀案: 属蓄谋已久的谋杀案并签发另一牵发另一谋杀案被曝光      |
| 30-09-2013a | 西班牙国际收养联合会表示为阿颂塔案深深担忧中国官方和使馆敦促尽快破案保证收养儿童安全 |
| 30-09-2013b | 西班牙 12 岁中国女孩养父母辩护律师双双宣布放弃继续辩护              |
| 01-10-2013  | 欧浪时评: 苦命的 12 岁中国女孩拷问中国收养制度                 |
| 04-10-2013  | 新的重大细节让中国女孩阿颂塔案更扑朔迷离养父承认在食物里下药             |
| 05-10-2013  | 中国女孩阿颂塔被其父母杀害案, 轰动了整个西班牙                   |
| 13-10-2013  | 中国女孩阿颂塔案: 法院驳回上诉 宣布养母须被继续收监候审              |
| 17-10-2013  | 中国女孩阿颂塔案有新线索警方怀疑是死后被伪造捆绑痕迹                 |
| 20-10-2013  | 中国女孩阿颂塔案将开庭以陪审团式审理重大疑团依然扑朔迷离               |
| 23-10-2013  | 欧浪时评: 中国女孩阿颂塔是否又会成为一桩华人无头案?                |
| 24-10-2013  | 欧浪时评: 中国女孩阿颂塔案杀人动机又出现新猜测和推论                |
| 04-11-2013  | 中国女孩阿颂塔案可能还有第三个凶手未见光调查对此还一无所知              |
| 07-11-2013  | 中国女孩阿颂塔案新发现: 专家认为养母参加了邪教组织                 |
| 02-12-2013  | 中国女孩阿颂塔案: 第三疑凶说法暴露宪兵的乌龙拙劣探案                |
| 07-12-2013  | 中国女孩阿颂塔案: 调查组继续寻找动机 让养母接受精神评测              |
| 03-01-2014  | 中国女孩阿颂塔案可能出现突破宪兵搜到失踪的电脑和手机                 |
| 13-06-2014  | 阿颂塔案新发现: 养父藏养女阿颂塔的性感穿戴照片让人难解               |
| 26-06-2014  | 中国女孩阿颂塔案: 养母称阿颂塔的性感照片是孩子在玩僵尸妆              |

|            |   |
|------------|---|
| 21-09-2014 | 本周日中国女孩阿颂塔遇害一周年 遇害处堆满哀思                 |
| 02-10-2014 | 阿颂塔案已一年: 养父母是真凶还是清白?案情至今仍迷雾重重           |
| 23-05-2015 | 西班牙著名的“中国女孩阿颂塔案”下月开庭, 神秘杀人案依然迷雾重重       |
| 24-09-2015 | 西班牙中国女孩阿颂达案 至今两周年, 本月 29 日将开庭           |
| 02-10-2015 | 西班牙中国女孩"阿颂达谋杀案"庭审专题                     |
| 21-10-2015 | 时评:"中国女孩阿颂塔"案的庭审中为何没有旅西华人面孔             |
| 02-11-2015 | 西班牙中国女孩"阿颂达案"有陪审团宣判后, 会有何后文             |
| 23-02-2016 | “阿颂塔案”: 律师以“证据不足”为由要求无罪释放养父母            |
| 18-03-2016 | 西班牙最高法院定罪中国女孩阿颂塔养父母杀人罪名成立               |
| 13-10-2016 | 苦学汉语十年 为帮助中国孤儿西班牙夫妇远赴中国                 |
| 22-11-2016 | 国际儿童日聚焦世界孤儿现状 西国夫妇将中国弃儿带回家              |
| 23-02-2017 | 中国孩子已经不再是西班牙领养趋势                        |
| 19-04-2017 | 四岁华人男童疑被虐待致昏迷 养父母涉嫌谋杀被收监                |
| 26-05-2017 | 巴塞收养家庭协会伸出援手 为中国残障孤儿创造收养机会              |
| 17-06-2017 | 北部 13 岁中国女童跳楼自尽 原因扑朔迷离                  |
| 07-06-2018 | 被收养的中国女孩在巴塞罗那被邻居杀害                      |
| 31-01-2019 | 华人女孩教你反怼歧视 两名青年骂人被起诉                    |
| 27-03-2019 | 华人儿童被收养长大 如今马德里寻亲                       |
| 29-3-2019  | 网友给力了! 被领养的两名华人女孩马德里重逢                  |
| 30-03-2019 | 被领养来西班牙的中国孩子真的需要媒体关注吗                   |
| 27-12-2019 | 盘点! 2019 华人新闻大事件- 温暖三月, 两名被领养的华人女孩多年后重聚 |
| 11-02-2020 | 西班牙人为新冠肺炎大炸锅 抵制中国人入境情绪上升                |
| 19-11-2020 | 被指杀害了中国养女阿颂塔的西班牙养母在监狱自杀身亡               |

Fuente: Elaboración propia.

Noticias de los medios chinos complementarios (Agencia de Noticias Chinas: 中新网)

| Fecha       | Titular                      |
|-------------|------------------------------|
| 21-07-2005  | 马德里爱心家庭今年申请领养中国女婴件数创新高       |
| 29-05-2006  | 马德里 55%领养儿童为中国女童 4 种优点被认可    |
| 24-07-2006a | 西班牙去年从外国领养 5 千多名儿童半数来自中国     |
| 21-11-2006b | 西班牙领养中国儿童家庭：“我们和中国是亲戚”       |
| 21-11-2006  | 西班牙领养中国儿童家庭：“我们和中国是亲戚” (2)   |
| 10-03-2008  | 山西太原已有八十多名孤残儿童被国外家庭收养        |
| 10-05-2009  | “洋父母收养中国儿童热” 引叹 “大爱无疆”       |
| 10-10-2009  | 萨拉曼卡中文教育迅猛发展 中国文化绽放西班牙       |
| 26-10-2009  | 西班牙瓦伦西亚孔子学院设立少儿中文班           |
| 05-01-2010  | 2009 年旅西侨界激情面：海外游子与祖国血脉相连    |
| 23-02-2010  | 西班牙留学生与被领养中国儿童举行联谊共庆新春       |
| 04-07-2012  | 十多万名中国孤残儿童通过涉外收养回归家庭         |
| 08-07-2012  | 盼不丢文化传统 马德里被领养中国儿童免费学中文      |
| 01-12-2012  | 西班牙瓦伦西亚领养中国儿童申请下降九成          |
| 08-07-2013  | 西班牙华裔女孩患白血病 养父母向华社急寻骨髓       |
| 18-09-2013  | 山西太原 320 余孤残儿童被 15 国好心人收养 (图 |
| 24-09-2013  | 西班牙被领养中国女孩曝尸荒野 死前疑遭性虐待       |
| 25-09-2013  | 西班牙被领养中国女孩丧生养母被捕 尸检未受性虐      |
| 27-09-2013  | 西班牙被领养中国女孩遭奸杀 案件调查出人意料       |
| 28-09-2013  | 西班牙遇害中国女童养父母被羈 法官启动谋杀调查      |

|            |                                 |
|------------|---------------------------------|
| 29-09-2013 | 西班牙中国女孩被害案 养父母律师放弃继续辩护          |
| 30-09-2013 | 西班牙中国女童遇害案谜团重重 杀人动机难解释          |
| 03-10-2013 | 西班牙遇害中国女孩祖父称被害者养母是杀人犯           |
| 17-10-2013 | 西班牙中国女童被害案调查 疑死后伪造被捆绑痕迹         |
| 18-10-2013 | 西班牙中国女孩遇害案将以民间陪审团方式庭审           |
| 04-11-2013 | 西班牙被领养中国女孩遇害 不排除还有第三名凶手         |
| 05-11-2013 | 西班牙中国女孩遇害案后续: 警方证实其养母犯罪         |
| 09-11-2013 | 西班牙警方披露中国女孩遇害案 7月份开始策划          |
| 21-11-2013 | 西班牙中国女童遇害 养父母被指策划谋杀达三个月         |
| 12-12-2013 | 西班牙中国女孩被害案现新证人 案发日曾遇被害者         |
| 17-02-2014 | 舌尖上的西班牙中餐 在潜移默化中不断创新            |
| 25-03-2014 | 西班牙中国养女被杀案事发近半年 仍频爆新内情          |
| 03-06-2014 | 西班牙中国养女成长记: “别扭”心态常如影随形 (1)和(2) |
| 23-06-2014 | 西班牙中国女孩被害案将开庭 养父母被列主要嫌犯         |
| 31-01-2015 | 西班牙夫妇杀害中国养女 女被告申请假释被驳回          |
| 10-07-2015 | 69 名被外国家庭领养的中国儿童来中国寻根           |
| 23-09-2015 | 西班牙中国女孩被害案将开庭 养父母被指合谋杀人         |
| 30-09-2015 | 一对西班牙前夫妇谋杀中国养女 获刑 20 年          |
| 04-10-2015 | 西班牙中国女孩遇害案开庭 关键证人下周一出庭          |
| 18-10-2015 | 华媒: 西班牙中国女孩遇害案庭审为何无华人面孔         |
| 23-10-2015 | 西班牙夫妇密谋闷死 12 岁华裔养女 被各判 18 年监禁   |
| 31-10-2015 | 西班牙离异夫妇杀害华裔养女被判罪 面临 20 年徒刑      |
| 07-07-2016 | “2016 年领养中国儿童外国家庭夏令营” 在北京开营     |

|            |                          |
|------------|--------------------------|
| 18-10-2016 | 弟弟被外国人领养多年 患病哥哥想见一面(图)   |
| 06-03-2017 | 西班牙人领养中国孩子数量逐年降 或将成为历史   |
| 04-07-2017 | 西班牙“混搭家庭”聚会 被领养儿童成长环境受重视 |
| 06-07-2017 | 被外国领养中国儿童来华寻根 零距离体验故乡文化  |
| 07-06-2018 | 西班牙华裔女孩遭邻居谋杀致死 警方已逮捕凶手   |
| 11-06-2018 | 西班牙华裔少女遭谋杀案 警方称或存在更多受害者  |
| 12-06-2018 | 西班牙华裔女孩遇害案追踪：嫌犯被捕 企图翻案   |
| 31-01-2019 | 通过匿名电话侮辱华人女孩 西班牙两青年被起诉   |
| 27-03-2019 | 中国女孩被收养在西班牙长大 盼寻在孤儿院时的好友 |
| 10-02-2022 | 西班牙一被领养华裔少年遭霸凌 三名涉案人被判刑  |

Fuente: Elaboración propia.