



DISCURSO

& Sociedad

Copyright © 2022
ISSN 1887-4606
Vol. 16(2) 513-517
www.dissoc.org

Reseña

Ricardo-María Jiménez-Yáñez,
*Con la religión hemos dado, Sancho. Framing
de la religión en editoriales de cuatro
periódicos españoles.*
Madrid: Editorial Fragua, 2021. 316 pp.
ISBN 978-84-7074-910-0.

Diego Contreras
Pontificia Università della Santa Croce (Roma)

La religión es un ámbito privilegiado para analizar los planteamientos de fondo de los medios de comunicación, porque los textos sobre religión suelen carecer de las presiones comerciales, políticas e institucionales frecuentes en otras esferas: posiblemente, el autor se siente más libre para expresar lo que piensa.

Indagar sobre cómo es la representación que se hace de la religión en la prensa es el objeto de este libro, que de entrada sorprende por su título, que parafrasea la conocida frase de don Quijote. Enseguida se entiende la intención del autor por subrayar el tono controvertido con que la prensa aborda con frecuencia la religión. Ese tono está presente en los tres episodios, de los años 2009 y 2010, que son objeto de estudio: la prohibición, en un colegio público madrileño, de usar el velo islámico (*hiyab*) que solo deja al descubierto el rostro; el viaje de Benedicto XVI al Reino Unido, en medio del escándalo por los casos de abusos a menores cometidos por miembros del clero; y la aprobación de la nueva ley del aborto por el gobierno de José Luis Rodríguez Zapatero (en este caso, por las implicaciones religiosas que se manifestaron en su tratamiento periodístico).

A través del análisis de esos tres hechos en los editoriales de cuatro diarios españoles, el autor busca identificar y valorar la representación que se hace de la religión católica y la islámica. El hecho de que dos diarios sean de Madrid (*ABC* y *El País*) y los otros dos de Barcelona (*La Vanguardia* y *El Periódico*), añade la posibilidad de confrontar semejanzas y diferencias. En las intenciones del análisis está también identificar si existe un modelo de periodismo aplicable a esos cuatro diarios.

Desde el punto de vista metodológico, el autor une el enfoque del *framing* -muy popular en los estudios de comunicación pública- con planteamientos del ámbito lingüístico, concretamente el Análisis del Discurso y la Lingüística del Corpus, una combinación novedosa con la que se pretende afinar en el análisis de las posiciones expresadas por los editoriales.

El volumen se divide en cuatro capítulos. El primero – “El editorial: la ‘columna’ del periódico”- está dedicado a este género periodístico, considerado como la expresión institucional del punto de vista del periódico. Es indudable la importancia que los editoriales han tenido históricamente en la configuración de la opinión pública, si bien haya que considerarlo tal vez como un género actualmente en declive. Cabría añadir que la acertada elección de los editoriales para conocer la opinión “explícita” de cada periódico no puede hacer olvidar que, a veces, resulta casi más relevante la opinión “implícita”, manifestada en los textos informativos, es decir, precisamente aquellos que no pretenden

mostrar la propia opinión. En este capítulo el autor también ofrece una primera aproximación al *ethos* de cada uno de los diarios objeto de estudio.

La explicación de la parte metodológica se presenta en el capítulo 2 (“Framing, Lingüística del Corpus y editoriales sobre la religión”), donde se ofrece una esclarecedora síntesis de los enfoques seguidos por los diversos autores que se han ocupado del *framing* (pp. 60-73), que resulta de gran utilidad, pues bajo la misma etiqueta se engloban con frecuencia planteamientos muy diversos. Por lo que se refiere al Análisis del Discurso, el autor sigue una perspectiva centrada en “cómo funciona el lenguaje ideológicamente”, sin entrar en otras cuestiones como la manifestación del poder o la dominación. Se sostiene que el Análisis del Discurso puede apoyar el estudio de los *frames*, y el análisis de los *frames* puede ayudar a dar sentido al discurso. La otra combinación es con la Lingüística del Corpus, considerada como un compendio de diferentes métodos que se emplean para analizar amplias colecciones de datos.

En la segunda parte del capítulo se ofrecen los resultados generales de la aplicación del método. Está dedicada a la identificación y valoración de los *frames* más frecuentes usados por cada uno de los diarios al ocuparse de los tres episodios seleccionados. Previamente, el autor ha presentado las herramientas informáticas empleadas para confeccionar el corpus general (todos los editoriales de ese periodo), un subcorpus temático (editoriales relativos a los episodios de estudio) y otro corpus reducido (selección de editoriales), así como el uso de las combinaciones frecuentes de palabras asociadas a cada *frame*. El análisis demuestra que la interacción de las perspectivas señaladas anteriormente resulta particularmente eficaz para desvelar las posiciones ideológicas de los periódicos.

Después de ese panorama general, el autor lleva a cabo en el capítulo 3 (“Análisis argumentativo de editoriales sobre el uso del velo en la escuela y la ley del aborto”) un estudio más detallado que explora la base ideológica y las estrategias argumentativas referidas a un corpus más reducido. En este caso, se sigue un método híbrido con elementos del Análisis del Discurso y de la Lingüística del Texto. Este análisis sirve también para perfilar la caracterización del estilo de periodismo practicado por cada uno de los periódicos. Se confirma que, en líneas generales, existe una significativa polarización, de distinto signo, en los casos de *ABC* y *El País*, por contraste con los barceloneses *La Vanguardia* y *El Periódico*. Pero la polarización de *El País* disminuye al referirse a la religión islámica, mientras que la de *El Periódico* crece al referirse a la ley del aborto.

La riqueza metodológica se muestra también en el capítulo 4 (“El léxico de los editoriales relacionados con el islam”), donde se busca la relación entre los elementos de *frame* y la elección del léxico. En este caso, el autor se sirve en diversa medida de las técnicas de Lingüística del Corpus empleadas por Baker y otros al estudiar los discursos de los refugiados en la prensa británica, del análisis discursivo léxico realizado por Casado-Velarde y del análisis del léxico a la luz de los “modelos mentales” de Van Dijk. Este capítulo, como el anterior, muestra que existe una correlación muy marcada entre la línea ideológica de los periódicos y la elección de palabras y argumentaciones presentes en los editoriales.

Como ya se ha adelantado, la representación de la religión católica resulta polarizada en una u otra dirección, o cuanto menos se presenta como realidad problemática. Al mismo tiempo, el análisis de los editoriales confirma que la representación de la religión islámica ofrece muchas lagunas por el desconocimiento de esa religión.

Por la descripción de la metodología daría la impresión de que el volumen resulta complicado, pero en realidad se lee con facilidad; se agradece además que el autor haya sabido dar unidad a los tres estudios. Como simple observación cabe mencionar que, con el fin de facilitar la comprensión de los análisis más pormenorizados, hubiera sido útil reproducir en el libro el texto completo de los editoriales en cuestión.

Se trata, en definitiva, de una aportación relevante que resultará de interés especialmente para los estudiantes de grado y posgrado de Comunicación y de Humanidades, pues muestra muy pedagógicamente el proceso de investigación: no siempre es fácil saber aplicar ideas e intuiciones en un modelo de análisis. Por su contenido -la representación de la religión en los medios de comunicación-, será también de provecho para periodistas y para portavoces de los distintos credos y comunidades religiosas. Coincido con el autor al considerar que el estudio puede servir asimismo para reflexionar sobre “cómo mejorar la comunicación acerca de este ámbito de la vida pública, ya que la representación de la religión en los medios posee implicaciones sociales importantes” (p. 285).

Nota biográfica

	<p>Diego Contreras (Granada, España) enseña Análisis y Práctica de la Información en la Facultad de Comunicación de la Pontificia Università della Santa Croce (Roma, Italia), de la que ha sido decano. Ha desarrollado parte de su actividad profesional como corresponsal para Italia y el Vaticano de la agencia <i>Europa Press</i>. Ha publicado diversos trabajos de investigación sobre la cobertura periodística de la Iglesia católica. Doctor por la Universidad de Navarra.</p> <p>E-mail: contreras@pusc.it</p>
--	---