

Con la religión hemos dado, Sancho

Framing de la religión en editoriales de cuatro periódicos españoles

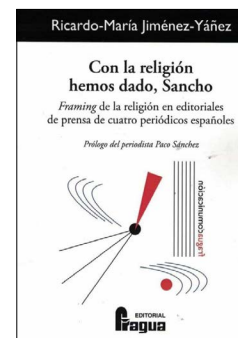
Ricardo-María Jiménez-Yáñez

Editorial Fragua

Madrid, 2021

316 pp.

ISBN: 978-84-70749-10-0



Ricardo Jiménez Yáñez, reconocido lingüista, profesor de la Universitat Internacional de Catalunya (UIC Barcelona) ha publicado *Con la religión hemos dado, Sancho. Framing de la religión en editoriales de cuatro periódicos españoles*. El libro es resultado de una investigación rigurosa y detallada sobre el tratamiento editorial del hecho religioso en periódicos de referencia de Madrid y Barcelona.

El autor analiza editoriales publicados en 2009 y 2010 por cuatro periódicos: dos editados en Madrid (*El País* y *ABC*) y otros dos, en Barcelona (*La Vanguardia* y *El Periódico*). Por cierto, en ediciones posteriores, el autor podría incluir un anexo con los editoriales analizados y, quizá, contrastar con la evolución (supongo que escasa) de las miradas de los editorialistas en el último decenio.

El trabajo hace evidente el interés mediático por la presencia de la religión (católica y musulmana principalmente) en la sociedad. El profesor Jiménez Yáñez acierta al analizar editoriales para entender las posiciones de cada periódico porque el equipo editorial explicita la perspectiva desde la que cada medio de comunicación mira el hecho religioso en cada debate. Y, en buena medida, desde esa perspectiva editorial enmarca el resto de la información publicada.

La investigación mantiene un tono riguroso, sosegado y respetuoso con la religión y con los medios de comunicación. Comparte con Habermas que no se puede negar por principio a los conceptos religiosos su potencial de verdad, ni «se puede negar a los conciudadanos creyentes su derecho a realizar aportaciones en lenguaje religioso a las discusiones públicas» (2006: 47).

A la vez, el autor trata de mostrar que «en tiempos confusos, inciertos o revueltos conviene prestar atención a los discursos dominantes, para acotarlos y para entender cómo y con qué intenciones se formulan» (p. 13) como señala Paco Sánchez en el prólogo.

El libro analiza con particular detalle el tratamiento de tres hechos relacionados con la religión que provocaron un amplio tratamiento mediático: la prohibición del uso del velo en un colegio, el viaje de Benedicto XVI al Reino Unido y la modificación de la regulación del aborto en 2009.

Metodológicamente es interesante subrayar que Jiménez-Yáñez combina el análisis de *framing* con el Análisis del Discurso y la Lingüística de Corpus, como formas de analizar el lenguaje, el discurso y la configuración de los textos.

En los capítulos 1 y 2, aborda el editorial como género periodístico, presenta una síntesis del enfoque del *framing* en el campo de la Comunicación, explica algunos principios del Análisis del Discurso que se utilizan en este estudio, e incluye la parte empírica de este trabajo: presenta las herramientas del programa de Lingüística de Corpus –que es un enfoque metodológico, no una rama de la Lingüística (p. 83)– Sketch Engine empleadas para analizar los editoriales y explica cómo se han confeccionado el corpus general y los distintos corpus de los siguientes capítulos.

Es interesante la visión del papa Benedicto XVI que ofrecen los elementos de *frame* de *ABC* y *El País*, analizados por el autor, en la tabla 23 (pp. 114-115), un ejemplo de «periodismo de trincheras». Visión que contrasta con la ofrecida por los elementos de *frame* del mismo tema en *La Vanguardia* y *El Periódico*, en la tabla 24 (pp. 115-116).

El autor explora la base ideológica y las estrategias argumentativas, –en el capítulo 3– desplegadas en el discurso de los editoriales sobre el uso del velo en la escuela y la ley del aborto, dos

temas que suscitan un encendido debate. El análisis discursivo y argumentativo de los editoriales se basa en un método híbrido que combina algunos principios del Análisis del Discurso y de la Lingüística del Texto. A partir del análisis, Jiménez-Yáñez llega a unas conclusiones sugerentes sobre la mirada de cada periódico hacia la religión (pp. 177-181).

En el capítulo 4 el autor comprueba la relación entre los elementos de *frame* y la elección del léxico en los textos editoriales. Induce la ideología latente en los textos editoriales gracias a otro método híbrido de análisis que integra distintas técnicas (Casado-Velarde, Van Dijk, Paul Baker y McEnery).

El libro es interesante para estudiantes de los grados de Periodismo y Comunicación y de Humanidades. Particularmente, puede resultar útil para investigadores en la materia y para periodistas y portavoces de los distintos credos y comunidades religiosas.

José A. Ruiz San Román
Universidad Complutense de Madrid