

Crítica de libros

SÁDABA, T. *Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo-medios*. (1ª ed.). Buenos Aires: La Crujía, 2008, 251 pág.
ISBN: 978-987-601-028-3.

POR IOLANDA TORTAJADA

Profesora de los Estudios de Comunicación de la Universidad Rovira i Virgili

yolanda.tortajada@urv.cat



Encuadrar la realidad para comunicarla

Teresa Sádaba es doctora en comunicación por la Universidad de Navarra, de la que también es profesora. Su tesis, titulada “La teoría del encuadre desde una perspectiva simbólica” y defendida en 2001, tuvo por objetivo precisamente analizar la teoría del encuadre. *Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo-medios* es la evolución de este trabajo, que ya fue publicado en 2006 por Ulzama Ediciones en una primera versión (*Framing: una teoría de los medios de comunicación*).

Hace unos años, Bryant y Miron (2004) incluyeron la teoría del framing entre las “26 teorías más destacadas” de las relacionadas con el ámbito de la comunicación de masas. La revista *Journal of Communication* publicó en marzo de 2007 un número especial sobre *agenda setting*, *priming* y *framing* con el objetivo de potenciar el conocimiento sobre la teorización y la investigación en esta área. Éstas son sólo dos muestras que nos indican la actualidad y oportunidad del libro de Sádaba en el campo de la comunicación.

La profesora Sádaba trata de responder a lo largo de la obra una serie de preguntas: “¿Qué es el *framing*?, ¿Por qué tiene tanta relevancia?, ¿Qué podemos aprender con él?, ¿Para qué nos sirve?, ¿Qué relación tiene con los medios de comunicación?” (pág. 13). Esta tarea no es nada fácil, ya que, por una parte, encontramos distintas definiciones de *framing*, cada una con matices suficientemente significativos, y, por otra, el auténtico reto radica en operativizar el concepto y estudiar los procesos de encuadre. La autora sale airosa y el resultado es un libro teórico, lleno de referencias a autores y a corrientes, pero que también realiza una propuesta propia y ejemplariza sus afirmaciones con casos sobre las relaciones entre medios y terrorismo. A pesar de esta doble vertiente, cabe tener en cuenta que el libro tiene mucho más de marco teórico que de análisis empírico (los casos estudiados ocupan 27 de las 251 páginas del libro).

En el primer capítulo, titulado “El origen de la teoría del *framing*”, la autora ubica ese concepto dentro del contexto de la sociología interpretativa realizando una breve introducción del

interaccionismo simbólico, la fenomenología y la etnometodología, y obtiene una primera definición: “Los *frames* de Goffman son formas transmitidas y compartidas por la sociedad, a través de las que se mira la realidad” (pág. 35). Tras analizar, a continuación, la investigación sobre movimientos sociales, Sádaba sugiere que, a pesar de que los *frames* de los discursos de los medios son como mapas y que los encuadres utilizados en los medios surgen del trabajo periodístico, eso es inherente a la inevitable dinámica del propio hecho mediático y no responde a una intencionalidad ideológica o a un deseo expreso de poder. Para la autora, pues, los encuadres son parte del proceso significativo de la noticia y posibilitan la identificación de la audiencia con el medio, aunque autores como Gitlin creen que los frames organizan la realidad social desde una posición dominante.

El segundo capítulo sitúa el *framing* en el contexto de la teoría de la comunicación. Si la idea de los encuadres de los medios como proveedores de significados cerraba el capítulo anterior, en éste, Sádaba plantea el debate sobre la objetividad: “La respuesta que ofrece la teoría del *framing* al objetivismo es negar sus postulados, ya que argumenta que cuando cuenta lo que sucede el periodista encuadra la realidad y aporta su punto de vista” (pág. 68). La autora introduce a continuación las aportaciones de la teoría de la *agenda setting* y un nuevo debate: la relación *framing-agenda*. Mientras que McCombs y Ghanem consideran que el framing es un segundo nivel de la *agenda setting* (el nivel de los atributos, ya que los medios nos dicen cómo pensar sobre determinadas cosas), otros autores (entre los que se encuentran la propia Sádaba) creen que no es así, porque el encuadre tiene que ver con la interpretación y no con la accesibilidad, y los *frames* se sitúan sobre todo en el ámbito de la creación de las noticias más que en el de los efectos (lo que no deja de ser otro debate). Dicho esto, el capítulo se centra en la utilización del *framing* en la teoría de la comunicación haciendo referencia a las aportaciones de los autores y textos seminales, para confrontar la definición de *frame* como selección de la realidad o como principio organizador de las noticias.

Los dos siguientes capítulos tratan, respectivamente, la dimensión cultural y la dimensión representativa del *framing*, hecho que permite a la autora introducir su propuesta y enfocar los encuadres desde la perspectiva simbólica. “La perspectiva simbólica del *framing* subraya, sobre todo, la relación de los *frames* con contextos culturales concretos, entendiendo la cultura como el ámbito compartido de acciones y significados” (pág. 113). Gracias al discurso de los medios, las personas construimos significados y, al mismo tiempo, los periodistas desarrollan esos significados a causa de una determinada opinión pública, motivo por el que lo que acaba siendo relevante para la explicación es, especialmente, la transacción comunicativa que se produce entre periodistas y audiencias, ya que los primeros, además de tener en cuenta sus valores personales y profesionales, tienen en cuenta la cultura y la sociedad de la que forman parte. Aun así, a la dimensión cultural cabe añadirle la dimensión representativa para superar una carencia habitual en los desarrollos teóricos sobre el *framing*, que se han ocupado más del conocimiento en sí que de lo que se conoce y, en consecuencia, no han explicado suficientemente la transformación que se produce entre los acontecimientos y lo que aparece en los medios. Sádaba recoge la afirmación de Geertz de que los símbolos tienen la capacidad de ser representaciones de y para la realidad. Los símbolos, pues, expresan el mundo y, al mismo tiempo, le dan forma. Los principios de la transacción comunicativa y de la doble capacidad representativa de los símbolos son los dos principios más relevantes de la perspectiva simbólica del *framing*.

La autora concluye afirmando que debemos pensar la teoría del encuadre más allá de las cogniciones selectivas y la transposición de conocimientos, sin interpretar los *frames*, haciendo referencia sólo a aspectos puntuales o a características concretas, como la selección, el propio contenido textual o el enfoque ideológico, y superando visiones reduccionistas, como la de Lakoff, que sólo se centran en el lenguaje y dan todo el protagonismo de la creación de *frames* a los partidos políticos. Más bien debemos hablar de producción simbólica compartida y tener en cuenta que “el conocimiento del periodista está ligado a su tarea comunicadora y ésta es la nota distintiva que debe subrayar una teoría del encuadre aplicada a los medios de comunicación” (pág. 212).

Independientemente de que pueda compartirse o no la apuesta de Teresa Sádaba por la perspectiva simbólica del *framing*, el libro nos permite contar con un detallado panorama de los autores que han desarrollado el concepto y los debates que han surgido a su alrededor. Es un valioso libro para los estudiosos de la teoría de los medios porque conecta el concepto de encuadre y sus actuales desarrollos con las corrientes teóricas que lo fundamentaron, y presenta los debates en torno al concepto, lo que nos permite llegar a conclusiones propias. Se trata de una obra que los estudiosos del tema podrán complementar también con los artículos publicados en el número 1 del volumen 57 de la revista *Journal of Communication* (donde

encontramos debates posteriores al libro, aunque apuntan en el mismo sentido) y una obra bandera de este campo como lo es *Frame Analysis*, de Erving Goffman, traducida al castellano para el CIS en el 2006.

Bibliografía

BRYANT, J.; MIRON, D. “Theory and Research in Mass Communication”. En: *Journal of Communication*, diciembre de 2004, núm. 54.

GOFFMAN, E. *Frame Analysis. Los marcos de la experiencia*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, 2006.

JOURNAL OF COMMUNICATION. *Special Issue on Framing, Agenda setting, & Priming: Agendas for Theory and Research*. Nueva York: Blackwell Publishing. Vol. 57 (2007), n.º 1.