

Revista interdisciplinar de  
Ciencias de la Comunicación  
y Humanidades

Comunicación  
y Hombre

RESEÑA

*Géneros y medios de  
comunicación: un análisis  
desde la objetividad y la  
teoría del framing*

AUTOR

Pilar Giménez Armentia  
M<sup>o</sup> Rosa Berpanza Conde

RESEÑADO POR

Carmen de la Calle Maldonado

## FICHA DEL LIBRO

**Género y medios de comunicación: un análisis desde la objetividad y la teoría del framing**

AUTORAS  
*Pilar GIMÉNEZ ARMENTIA y M<sup>ra</sup> Rosa BERGANZA CONDE*

EDITORIAL  
Frapua, Madrid, 2009. 255 páginas

A lo largo de los últimos diez años, la investigación en España sobre género y medios de comunicación ha crecido de una manera espectacular. Por fin se puede afirmar que este es un campo de trabajo que empieza a consolidarse en la línea de lo que lleva más tiempo sucediendo en otros países europeos y en el ámbito anglosajón. La reflexión sobre la cobertura que realizan los medios de difusión sobre los temas de género empieza a calar entre la profesión periodística y entre la ciudadanía en general. Al menos, es un asunto que cada vez resulta menos extraño a la opinión pública.

Esta obra pretende sumarse, poniendo otro grano de arena, a la reflexión académica y social sobre cómo los medios retratan los temas de género. Dos son los ejes temáticos que se han combinado en este libro.

El primero de ellos ha adquirido especial notoriedad dentro de la investigación sobre los medios de comunicación: la teoría del “Framing” o teoría del Enfoque y su relación antagónica con las corrientes objetivistas de la información.

Una de las cuestiones que más han preocupado a quienes han investigado en Comunicación es la relación entre verdad e información. La investigación académica como la práctica periodística de los años 60 y 70 estuvieron dominadas por la corriente objetivista, que proponía que el periodista tenía que captar la realidad tal cual es y mostrarla al público sin ningún tipo de distorsión y sin que entrara en juego ninguna apreciación de tipo personal. Con su máxima “los hechos son sagrados, las opiniones libres” el objetivismo se aseguraba la no intromisión del sujeto en la información. La noticia se consagraba así como un fiel espejo de la realidad. La teoría del “Framing” vino a romper con las pretensiones objetivistas al introducir el elemento subjetivo como parte fundamental en el proceso comunicativo. Las noticias no son un reflejo de la realidad sino una representación de la misma. Los periodistas dependiendo de sus orientaciones ideológicas, culturales, religiosas, de sus experiencias y vivencias personales construyen la realidad desde un punto de vista subjetivo. Y no sólo es el periodista quien en su acontecer diario enfoca la información sino que la concepción del “Framing” puede trasladarse a los distintos niveles del proceso informativo, de modo que cualquiera de los elementos que intervienen en el mismo puede enfocar o encuadrar la información.

La realidad, por tanto, pasa por el sujeto, el cual la interpreta a tenor de unos filtros,

haciéndolo a veces conscientemente, otras inconscientemente. Ello impide que un mismo hecho sea interpretado y contado de la misma forma por dos personas. Aún más allá: en ocasiones, el modo de actuar del periodista está limitado (encuadrado) por las rutinas periodísticas. La información quedará “enfocada” no sólo por su ideología, modo de pensar o los temas que seleccione, sino también por los medios de que disponga su medio, el formato en el que se ubique el contenido y el *modus operandi* de los sujetos que intervienen, así como en los elementos obviados o implícitos en la información que, en forma de contexto, el receptor descodifica, de uno u otro modo cuando recibe la información.


En esta obra, se concluye con acierto, que tanto el subjetivismo como el objetivismo son enfoques gnoseológicos inadecuados para explicar la relación que se da entre los hechos y el sujeto y, que el marco más apropiado para estudiar esta relación lo aporta la teoría del realismo filosófico. El realismo entiende el conocimiento como un encuentro de adecuación entre el sujeto y el objeto y sostiene que el hombre puede conocer la realidad, no de un modo absoluto y omnisciente, sino limitado. Esta teoría de la adecuación no entra en contradicción con la teoría del Framing sino que la complementa. El hecho de admitir que un mismo acontecimiento no puede ser interpretado y contado de la misma forma por dos personas no equivale a decir que la verdad en la información es imposible sino que la verdad siempre es observada por un sujeto y éste la conoce desde un punto de vista concreto y parcial. La teoría del enfoque señala que el periodista conoce la realidad y la transmite desde una perspectiva particular y concreta y que, a su vez, los encuadres de la organización donde trabaja y su influencia en el periodista generan, en última instancia, el producto informativo.

Por tanto, se puede afirmar que la clásica distinción entre opinión e información es insostenible ya que es imposible informar y no valorar. Por otro lado, la opinión no es información de segundo orden sino que, si se adecua a la realidad, es vehículo de conocimiento verdadero y, por consiguiente, puede dar cuenta de hechos. También se ha demostrado que el periódico que más se ha acercado al caso concreto estudiado: la IV Conferencia de Naciones Unidas sobre las Mujeres, fue el que más opinión generó y menos noticias publicó. Este diario se caracterizó por publicar más opinión que información pero a su vez fue el que menos carga valorativa introdujo en las noticias.

El segundo eje, toma como punto de partida el análisis que realizaron los principales diarios españoles de los planteamientos de la IV Conferencia sobre la Mujer de Naciones Unidas celebrada en Pekín en 1995. Este fue un momento histórico en el reconocimiento institucional internacional del papel fundamental que los medios pueden jugar en el avance hacia la igualdad. En comparación con las otras Conferencias Mundiales sobre la Mujer, la de Pekín tuvo un impacto mediático sin precedentes, cumpliendo ampliamente con el objetivo de toda Conferencia de Naciones Unidas de sensibilizar a la sociedad civil sobre los temas que aborda.

El avance que marca la Conferencia de Pekín con respecto a estas conferencias de Naciones Unidas y las Estrategias de Nairobi es que, por un lado, incrementa el compromiso de la comunidad internacional en la potenciación del papel de la mujer (“empowerment”) y, por otra parte, sistematiza la integración de la perspectiva de género en las políticas (“mainstreaming”). Otros avances de la Conferencia fueron: poner de manifiesto la primacía de los derechos humanos de las mujeres sobre las creencias religiosas; priorizar las necesidades de educación y capacitación de las niñas y mujeres tanto por parte de los donantes en programas de cooperación al desarrollo como por parte de los gobiernos; la recomendación de adopción de medidas concretas para luchar contra la violencia que afecta a las mujeres; la asimilación de las violaciones acontecidas en tiempos de guerra al delito de crímenes de guerra; el reconocimiento de la violencia

sexual como una causa que da derecho a la concesión de asilo; la recomendación a los gobiernos de revisar las leyes que penalizan a las mujeres que cometan o hayan cometido aborto; y el llamamiento a los medios de comunicación para el establecimiento de códigos de conducta y mecanismos de autorregulación para la eliminación de una imagen estereotipada de la mujer.

En este estudio se muestran las diferentes teorías que han surgido acerca de la objetividad y la trascendencia que han tenido en el ámbito de la Comunicación. Se presenta la teoría de la adecuación como complementaria a la del “Framing” y se aplican ambas a un estudio de la Conferencia de Pekín. 

POR **Carmen de la Calle Maldonado**  
*Universidad Francisco de Vitoria*

2009



Universidad Francisco de Vitoria