

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

Marín, J. & 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), Artículo 1. Disponible en la siguiente dirección electrónica:

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones/>

APROXIMACIÓN INTEGRADORA EN LA INVESTIGACIÓN SOBRE LA TEORÍA DEL FRAMING DESDE SU CONDICIÓN MULTIPARADIGMÁTICA

INTEGRATIVE APPROACH ON FRAMING THEORY FROM ITS MULTIPARADIGMATIC CONDITION

*MARÍN ALBALADEJO, Juan Antonio. Universidad Católica San Antonio de Murcia
(España)*

jmalbaladejo@ucam.edu

ZAMORA MEDINA, Rocío. Universidad de Murcia (España)

rzamoramedina@um.es

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

RESUMEN

La Teoría del *framing* ha alcanzado un creciente protagonismo en la investigación en Comunicación que incluye postulados comunes entre diferentes perspectivas de investigación. A la multiplicidad de formas de entender el concepto de *frame*, se une la controversia sobre los tipos de encuadres que existen. A pesar de los numerosos esfuerzos integradores (D'Angelo, 2002; De Vreese, 2005; Entman, 1993, 2004; López-Rabadán, 2010; Matthes, 2012; Reese, 2007; Scheufele, 1999), no se ha alcanzado todavía una total convergencia conceptual y metodológica, de forma que en cada estudio divergen definiciones, modelos teóricos y modos de medir los *frames*, así como tipos de encuadres, procesos o efectos diferentes (Scheufele, 1999).

Este trabajo ofrece una revisión actualizada de los diferentes paradigmas que definen los esfuerzos investigadores en relación con esta teoría, y deja constancia de las ventajas de apostar por modelos integradores o una síntesis paradigmática en futuros estudios. Mediante una exhaustiva revisión de la literatura publicada, se proponen dos objetivos. Por un lado, ofrecer una taxonomía sobre los tipos de encuadre que aclare las divergencias detectadas entre las investigaciones etiquetadas bajo esta teoría. Además, pretende justificar la necesidad de concebir la Teoría del Encuadre como un programa de investigación multiparadigmático (D'Angelo, 2002) que abarque todas las perspectivas establecidas hasta el momento.

Palabras clave Medios de comunicación, *framing*, teoría, investigación, multiparadigmático.

Recibido: 2013-10-29

Aceptado: 2014-01-27

ABSTRACT

Framing theory has reached an increasing role in media communication research, including common principles between different research perspectives. Besides the multiple ways of understanding the concept of frame, a controversy about the types of frames exists. Despite considerable integrating research efforts (D'Angelo, 2002; De Vreese, 2005; Entman, 1993, 2004; López-Rabadán, 2010; Matthes, 2012; Reese, 2007; Scheufele, 1999), scholars have not reached yet full conceptual and methodological convergence, so that definitions, theoretical models, frames measuring mode, types of frames, processes or effects differ in each study (Scheufele, 1999).

This article provides an updated review of the different paradigms that define research efforts on this theory, and mentions the advantages to invest in an integrative model or paradigmatic synthesis for future studies. Through a comprehensive review of the published literature, we propose two objectives. On the one hand, to provide a taxonomy of the types of frame to clarify differences detected among studies labeled under this theory. It also seeks to justify the need to consider Framing theory as a multiparadigmatic research program (D'Angelo, 2002) that could include all perspectives established so far.

Key words: Mass media, framing, theory, research, multiparadigms.

Submission date: 2013-10-29

Acceptance date: 2014-01-27

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

1. Introducción

La teoría del *framing* viene a describir el proceso interactivo por el que los sujetos interpretan la realidad, y que se encuentra en la base de los planteamientos de la Sociología Interpretativa (Sádaba, 2006, 2008). Las representaciones transmitidas en los productos comunicativos constituyen un factor clave para la comprensión del mundo social, puesto que suponen un *atajo cognitivo* para que los individuos puedan conocer realidades de difícil acceso o que superan sus límites espaciales y temporales (Neuman, Just & Crigler, 1992). De esta forma, comunicación, representación y cognición se relacionan en el concepto de mediación simbólica. Bajo esta noción, se fundamenta entre otras perspectivas la teoría del encuadre o *framing* que, junto con otras perspectivas teóricas, tales como la *agenda setting* o el *priming*, reconocen el poder de los medios para influir en los procesos cognitivos de las audiencias y, por tanto, potencialmente también en sus actitudes y decisiones (Bryant & Oliver, 2009).

En concreto, la teoría del encuadre supone una negación del objetivismo informativo al considerar que los esquemas de referencia provistos en las informaciones periodísticas no son un reflejo fiel de los hechos, sino una representación simbólica de estos realizada a través de una serie de filtros para su interpretación, como son, por ejemplo: los formatos, las rutinas profesionales, las características personales del periodista o las propias de la organización mediática (Sádaba, 2006, pp. 56-57).

El estudio del *framing*, aplicado al campo de la Comunicación, explora el tratamiento de los asuntos públicos por parte de los medios, incluido el proceso de construcción del mensaje periodístico, y cómo los medios producen efectos sobre los individuos y la sociedad. Pero desde el principio se establecen en torno a esta teoría diferentes aproximaciones procedentes de distintas disciplinas, líneas de investigación y definiciones. Lo que lleva pronto a hablar de la teoría del *framing* como un “paradigma fracturado” (Entman, 1993, p. 51).

Así, en las investigaciones sobre dicha teoría podemos distinguir (Amadeo, 1999; Borah, 2011; Pan & Kosicki, 1993; Sádaba, 2001; Scheufele e Iyengar, 2013), en primer lugar, entre una perspectiva macroscópica o sociológica, interesada principalmente en las raíces culturales y consecuencias sociales de los *frames* (Gamson & Modigliani, 1989; Gans, 1979; Gitlin, 1980; Shoemaker & Reese, 1996; Tuchman, 1983) y una perspectiva microscópica o psicológica, más centrada en el análisis de los efectos que los encuadres de un texto comunicativo tienen en los individuos (Kahneman, 2003; Kahneman & Tversky, 1979, 1984). En definitiva, el interés principal de esta última aproximación investigadora, a diferencia de la

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

aproximación sociológica, no radica en la construcción de los encuadres mediáticos (*media frames*), ni tampoco en las consecuencias sociales de estos, sino en los procesos cognitivos que se dan en las personas como resultado de su exposición a los *frames*, y que pueden afectar a sus pensamientos, actitudes o decisiones sobre un asunto determinado.

A pesar de estas diferencias, la investigación sobre la teoría del *framing* ha avanzado trazando líneas convergentes e integradoras entre distintas aproximaciones (D'Angelo, 2012; D'Angelo & Kuypers, 2010; López-Rabadán & Vicente-Mariño, 2013; Matthes, 2012; Sádaba, Rodríguez-Virgili y Bartolomé, 2012a; Vicente-Mariño & López-Rabadán, 2009). De hecho, no todos los planteamientos se acogen exclusivamente a una de las dos perspectivas que hemos señalado. Esto se debe al asentamiento de dos postulados teóricos en los que coinciden diversos trabajos: en primer lugar, el reconocimiento del *framing* como un proceso interactivo que opera en todos los niveles comunicativos, desde la elaboración de los contenidos de los medios hasta su interpretación por parte de las audiencias en un contexto determinando; y, en segundo lugar, la conexión que se establece entre los esquemas cognitivos de los individuos y los encuadres mediáticos a través de elementos culturales compartidos por fuentes, periodistas y audiencias (Entman 1993; Pan & Kosicki, 1993; Reese, 2007).

El *framing* se debe concebir entonces desde una perspectiva integradora, es decir, como un proceso comunicativo que implica tanto patrones cognitivos como contextos socioculturales, y en el que los discursos mediáticos se encuentran vinculados a las circunstancias de producción y recepción de la noticia. De este modo, los fundamentos teóricos del *framing* integran la concepción sociológica y la psicológica; la configuración de los encuadres de los medios y los encuadres resultantes del procesamiento cognitivo de los receptores.

El trabajo que aquí se presenta pretende abordar, de un modo exhaustivo, algunos de los principales debates abiertos en torno a esta teoría. Con tal fin, este trabajo ofrece una revisión actualizada del estado de la cuestión, a partir de la descripción de los diferentes paradigmas que definen los esfuerzos investigadores en relación con esta teoría, y realiza un análisis crítico de las diferentes aportaciones realizadas hasta el momento, dejando constancia de las ventajas de apostar por modelos integradores o una síntesis paradigmática en futuros estudios. Mediante una exhaustiva revisión de la literatura publicada, se proponen dos objetivos. Por un lado, ofrecer una taxonomía sobre los tipos de encuadre que aclare las divergencias detectadas entre las investigaciones etiquetadas bajo esta teoría. Además, pretende justificar la necesidad de concebir la Teoría del Encuadre como un programa de investigación multiparadigmático (D'Angelo, 2002) que abarque todas las perspectivas establecidas hasta el momento.

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

2. La controversia sobre los tipos de encuadre

A la multiplicidad de formas de entender el *framing* y el concepto de *frame*, se une la controversia acerca de los tipos de encuadres que existen y/o que ofrecen mejores resultados de investigación. Además, en función de los tipos de *frames* analizados, se llega a cuestionar si un determinado análisis opera realmente bajo la teoría del *framing* o, por el contrario, no se puede diferenciar prácticamente de aquellos que se realizan desde otras perspectivas como la *agenda setting* y el *priming*.

Así, en primer lugar podemos hallar la distinción entre encuadres equivalentes y encuadres enfatizados (Druckman, 2001 a, b; Entman, Matthes & Pellicano, 2009; Scheufele e Iyengar, 2013)¹. En este sentido, algunos autores defienden que la investigación sobre *framing* debe centrarse en el estudio de los encuadres equivalentes y volver a la línea psicologista trazada originariamente por Kahneman & Tversky (1979, 1984), en la que se analizan los efectos que dependen de *cómo* se presenta una información, en lugar de aquellos efectos que varían según *qué* aspectos de un determinado asunto son resaltados o enfatizados en el discurso.

Recientemente, Scheufele e Iyengar (2013) han apuntado que la investigación sobre *framing* puede obtener resultados más concluyentes examinando los efectos psicológicos que se derivan de cambios imperceptibles o sutiles a la hora de presentar un problema, una situación o un candidato electoral. Para estos investigadores, en cambio, el estudio de los encuadres enfatizados -que atribuyen exclusivamente a la perspectiva sociológica- dificulta el análisis del proceso de *framing* y puede llevar a que se rechace su autonomía como teoría de efectos frente a la *agenda setting* o el *priming*. Esto se debe, según los mismos autores, a que bajo el concepto de encuadre de énfasis se confunden los *frames* con mensajes. Scheufele e Iyengar (2013) ilustran este planteamiento con una metáfora del mundo del arte, donde el *frame* es el marco que rodea la pintura y cuya vistosidad influye en las reacciones entre los potenciales compradores de un cuadro, comparándolo con el impacto que genera otro de menor calidad:

Desafortunadamente, muchos investigadores en comunicación política han estado estudiando pinturas en lugar de encuadres durante las últimas dos décadas. Y, no es sorprendente, que encontrarán que las audiencias van a reaccionar, de hecho, de forma diferente ante un Gauguin que si lo hiciesen

¹ En este sentido, los encuadres equivalentes generan diferentes expectativas y afectan a las decisiones de los individuos a pesar de que reproducen escenarios idénticos. En cambio, los encuadres enfatizados describen un asunto seleccionando y destacando un conjunto de aspectos para que el receptor se centre en ellos a la hora de hacer sus interpretaciones al respecto. Por lo que los encuadres equivalentes están relacionados con la forma de las informaciones, mientras que los encuadres enfatizados se asocian más con el contenido.

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

ante un Matisse. Pero es la consecuencia de ver dos pinturas diferentes de dos artistas diferentes, no dos encuadres distintos (Scheufele e Iyengar, 2013, p. 20).

Además, la investigación con los encuadres que surgen de pequeñas alteraciones de elementos en situaciones equivalentes ofrece nuevas potencialidades y perspectivas para el estudio del *framing* en un escenario comunicativo predominantemente audiovisual y revolucionado por las nuevas tecnologías y sobre todo en los medios sociales.

Pero limitar los análisis a los encuadres equivalentes, es decir, a aquellos *frames* que provocan diferentes efectos a raíz de algunos cambios de presentación en informaciones que describen situaciones idénticas, supone caer en una visión demasiado estrecha del proceso de *framing*, a pesar de que esta aproximación posee un gran potencial para el estudio y práctica de la comunicación política y proporciona análisis con mayor validez interna para comprender los efectos psicológicos de la información.

Por lo que de todo esto deducimos que el *framing* no se reduce exclusivamente a una teoría de efectos cognitivos en los individuos, tal como se podría desprender de un planteamiento investigador centrado en la elaboración y análisis de encuadres equivalentes. El estudio del *framing* como teoría explicativa de los fenómenos de opinión pública en las sociedades contemporáneas abarca, por lo general, una perspectiva conceptual y de estudio más amplia que la mera investigación con *frames* equivalentes.

Así pues, se ha tratado de identificar y medir la utilización de encuadres más vinculados a convenciones y procesos socioculturales. De modo que, dentro de esta aproximación, se han examinado *frames* que surgen de pautas periodísticas pre-establecidas o encuadres procedentes de estrategias discursivas de los promotores de posiciones políticas, y hasta *frames* cuyo potencial narrativo permite explicar el recorrido completo del proceso de encuadre. En este sentido, han predominado los análisis sobre cuáles son los encuadres más empleados por los medios para explicar los acontecimientos y captar la atención de las audiencias. Una clasificación ampliamente citada es la taxonomía de *encuadres noticiosos* que establecen De Vreese, Peter & Semetko (2001), quienes distinguen dos grupos de *frames*: los encuadres específicos (*issue specific frames*) y los encuadres generales (*generic frames*).

Los encuadres generales son muy comunes en la cobertura periodística de cualquier tema, por lo tanto, según De Vreese (2005), se pueden utilizar para analizar cuestiones de diversa naturaleza, “algunos incluso a lo largo del tiempo y en contextos culturales diferentes” (p. 54). Mientras que los encuadres específicos

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

se utilizan para tratar hechos concretos o determinados temas, por lo que los resultados de su identificación difícilmente se pueden generalizar.

Entre los encuadres generales, De Vreese y sus colegas sitúan los formatos *episódico* y *temático* que examina Iyengar (1991), así como los que establecen los estudios sobre la cobertura de campañas electorales en los que se contraponen el *encuadre estratégico* -aquí se incluyen el *enfoque de juego* o de *carrera de caballos* entre los candidatos- y el encuadre de tema o *issue*, centrado en los asuntos públicos (Cappella & Jamieson, 1997; Patterson, 1993).

Es importante destacar, por su enorme influencia en estudios posteriores, la taxonomía de cuatro *frames* que desarrollan Neuman, Just & Crigler (1992) y que Semetko & Valkenburg (2000) amplían en una categoría, identificando la existencia de cinco patrones persistentes de cobertura o encuadres principales: *conflicto*, entre individuos, grupos o instituciones; *interés humano*, con el que se personaliza, dramatiza o se le da un ángulo emocional a un asunto; *responsabilidad*, que pone el énfasis en que una institución o un individuo es responsable de causar o solucionar un problema; *consecuencias económicas*, para determinado individuo, grupo, institución, región o país; y *moralidad*, que provee una lectura moral o religiosa del problema tratado.

A pesar de que estos encuadres generales han sido comprobados por numerosos trabajos (D' Haenens & De Lange, 2001; De Vreese et al., 2001; Igartua & Muñiz, 2004), no resuelven la cuestión de qué interpretaciones específicas promueven los *frames*, ni por qué y cómo unas visiones de la realidad tienen más posibilidades de triunfar sobre otras. Por este motivo, algunos autores consideran que este tipo de encuadres son realmente esquemas recurrentes que utilizan los periodistas para organizar la información, en lugar de *frames* propiamente dichos (Entman, 2004; Entman et al., 2009; Matthes, 2012; Van Gorp, 2007), pudiendo sustituirse a menudo esta denominación por otras etiquetas más apropiadas como *esquemas periodísticos* (König, s. f.), *formatos*, *guiones* o *géneros*. Los encuadres, en cambio, como defiende Entman (2004) definen un problema, promoviendo una determinada interpretación así como relaciones causales y conexiones entre acontecimientos o asuntos mediante un montaje narrativo.

Por consiguiente, consideramos que un encuadre es algo más que un patrón de cobertura o una convención propia de la cultura mediática, como son también, por ejemplo, las '5W' o 'la estructura de pirámide invertida'. Además, los encuadres de consecuencias económicas, moralidad, interés humano, o similares, son tan 'generales' que reflejan mejor los aspectos de un tema sobre los que se piensa, que el modo específico de pensar sobre ese tema. Con lo que en algunos casos funcionan realmente como *subtemas* de un asunto, ya que no permiten vislumbrar

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

completamente el tono de la información o la idea central organizadora que, por otra parte, sí se recoge en los encuadres.

Por todo ello, resulta interesante ahondar en el estudio de aquellos encuadres que se pueden denominar como “narrativos”, o “culturales”, y su identificación en diferentes temas, contextos y lugares, siguiendo la línea propuesta por trabajos como los de Van Gorp (2007, 2010), así como Van Os y sus colegas (2008), cuyos análisis se centran en reconstruir los paquetes interpretativos que se asientan en elementos simbólicos y culturales, tales como estereotipos, valores, arquetipos, mitos, referencias históricas, etc. No obstante, estos dispositivos simbólicos no constituyen encuadres *per se*, sino que requieren de un armazón narrativo para promover las interpretaciones de los asuntos públicos. Por lo tanto, la clave para identificar estos encuadres se encuentra en los mecanismos de razonamiento -apelaciones a principios, causas y consecuencias- (Gamson & Lasch, 1983) o en las funciones propuestas por la definición de Entman (1993, 2004).²

El interés de esta perspectiva radica en que permite identificar *frames* que son muy difíciles de contrarrestar por otras estrategias comunicativas, debido a su carácter latente y sintonía con los esquemas mentales de determinados grupos de periodistas y audiencias, o con las experiencias que genera un determinado contexto. De esta forma, se salvan las deficiencias que poseen los encuadres generales para transferir interpretaciones más concretas y, a la vez, se supera la precariedad de los encuadres específicos para definir diferentes temas y asuntos (Van Os et al., 2008). Así, ante los encuadres que presentan un grado de especificidad muy alto (véase, por ejemplo, Shah et al., 2002) y solo se pueden aplicar a un contexto particular, Van Gorp (2007, 2010) recomienda analizar sus conexiones con *macroframes* o encuadres cuya capacidad organizadora define realidades más amplias. En este sentido, resulta clarificadora la aportación de Reese (2010), quien distingue entre *macroframes* o *encuadres maestros*, como son los *frames* “Guerra Fría” o “Guerra contra el terror” (véase también Entman, 2004), y *microframes*- por ejemplo, los encuadres “pro-vida” y “pro-elección”, clásicos de la discusión sobre el tema del aborto-.

Con todo, las aproximaciones anteriormente descritas no son excluyentes entre sí, pudiéndose establecer conexiones entre distintos tipos de encuadres (Van Os et al., 2008). En este extremo, cabe recordar que el contenido de los medios es producto de diferentes factores y de la acción de diversos agentes (De Vreese, 2012)³. Así, desde los orígenes de la especialidad, han aportado resultados

² No obstante, en los encuadres no siempre se hallan las cuatro funciones señaladas por Robert Entman (definición del problema, interpretación causal, evaluación moral y tratamiento o solución), siendo normalmente la definición del problema una cuestión esencial que los *frames* al menos recogen a menudo.

³ En este sentido, De Vreese (2012) apunta que existen diferentes tipos de encuadres y pone como ejemplo la distinción que hace Entman (2004) entre encuadres sustantivos - definen y promueven la interpretación de un

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

fundamentales para el estudio del proceso de encuadre, tanto el análisis con *encuadres equivalentes*, como el de *encuadres culturales*, o el de las distintas clases de *encuadres noticiosos*. En cualquier caso, la esencia de los encuadres se encuentra en que todos ellos reflejan o promueven formas de pensar sobre los asuntos públicos, a través de ciertos montajes narrativos, y establecen resonancias con realidades que no se encuentran explícitas en el contenido de las informaciones.

En definitiva, las resonancias psicológicas de los *frames* en los individuos se desarrollan siempre en un marco social, como ya señalaba Goffman (2006 [1974]), por lo que, en los efectos de los encuadres equivalentes, también hay resonancias culturales. Como también las resonancias mediáticas que generan los encuadres noticiosos tienen un origen social, ya que las pautas que siguen los medios de comunicación para exponer los acontecimientos a las audiencias contienen convenciones sociales (Schudson, 2003) y se imbrican en un determinado contexto compartido con el público (Hallin & Mancini, 2004).

Por lo tanto, la existencia de tantas definiciones diferentes, aproximaciones al estudio del *framing* y tipologías de *frames* responde a la dificultad para unificar los fundamentos teóricos y metodológicos de un fenómeno multidimensional como es el proceso de encuadre. Así, este ha sido el principal reto al que han tratado de dar respuesta en los últimos años varios estudiosos de la teoría del encuadre.

3. El nudo gordiano de la integración: del paradigma fracturado al programa de investigación multiparadigmático

La Teoría del *framing*, como ya se ha apuntado, ha alcanzado un creciente protagonismo en la investigación en Comunicación (Borah, 2011; De Vreese, 2012; De Vreese & Lecheler, 2012; Matthes, 2009, 2012; Scheufele e Iyengar, 2013; Vliegenthart, 2012; Vliegenthart & Zoonen, 2011), que ha ido además acompañado del establecimiento de postulados comunes entre diferentes perspectivas (Vicente-Mariño & López-Rabadán, 2009). A pesar de los numerosos esfuerzos integradores (D'Angelo, 2002; De Vreese, 2005; Entman, 1993, 2004; López-Rabadán, 2010; Matthes, 2012; Reese, 2007; Scheufele, 1999), no se ha alcanzado todavía una total convergencia conceptual y metodológica, de forma que en cada estudio divergen definiciones, modelos teóricos y modos de medir los *frames*, así como también se detectan diferencias en cuanto a los tipos de encuadres, procesos o efectos analizados (Scheufele, 1999).

asunto- y encuadres de procedimiento -encuadres que usan los periodistas al centrarse, por ejemplo, en las estrategias políticas-

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

Aunque los principales investigadores coinciden, en líneas generales, en la necesidad de estudiar el proceso de *framing* desde una aproximación integradora,⁴ continúa existiendo un profundo debate sobre cómo llevar a cabo dicha convergencia entre diferentes aproximaciones y líneas de investigación.

Un claro ejemplo de ello es el artículo que D'Angelo (2002) escribe para responder al llamamiento de Entman (1993) a lograr que el *framing* se pueda establecer como un paradigma de investigación unificado a partir de un entendimiento común entre diferentes disciplinas y aproximaciones. Entman, quien define el término paradigma como "una teoría general que informa a un cuerpo de académicos de los resultados y funcionamiento de un particular sistema de pensamiento o de acción" (p. 51), considera que el *framing* es "un paradigma fracturado", como consecuencia de su abordaje desde diversas disciplinas, líneas de investigación y definiciones, por lo que señala la necesidad de lograr su unificación en un solo paradigma. Mientras que, por el contrario, D'Angelo (2002), aduce que no es posible unificar las distintas perspectivas teóricas y metodológicas en un solo paradigma, y que, además, hacerlo sería contraproducente para el estudio del *framing*, dado que han sido precisamente las aportaciones de múltiples perspectivas lo que ha permitido una mayor comprensión del proceso de encuadre. Por este motivo, D'Angelo (2002) no concibe el *framing* como "un paradigma fracturado", tal como señala Entman (1993), sino como "un programa de investigación multiparadigmático", afirmando:

No hay, ni debe haber, un único paradigma del *framing*. Más bien, el conocimiento sobre el *framing* se ha ido acumulando porque el programa de investigación alienta a los investigadores a emplear y refinar muchas teorías sobre el proceso de encuadre bajo la guía de distintas perspectivas paradigmáticas sobre la relación entre los *frames* y sus efectos. La diversidad teórica y paradigmática ha llevado a una visión comprensiva del proceso de encuadre, no a descubrimientos fragmentados en agendas de investigación aisladas (p. 871).

La visión de D'Angelo (2002) se asienta en los principios teóricos de Lakatos (1974), de quien adopta el concepto de programa de investigación, que lleva a los investigadores a usar diferentes teorías para generar descubrimientos y reexaminar resultados en torno a una serie de conjeturas comunes. Lakatos (1974) considera que los investigadores deben abordar los fenómenos desde distintas perspectivas, pero con la continuidad que imponen los objetivos que persigue un programa de investigación. En el caso del programa de investigación sobre los procesos de encuadre, estos objetivos son, de acuerdo con D'Angelo (2002): identificar unidades temáticas denominadas *frames*; investigar las

⁴ Tal y como ha puesto de manifiesto, por ejemplo, el monográfico de *American Behavioral Scientist* publicado en 2012 que se dedicó a esta cuestión.

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

condiciones antecedentes que generan los encuadres; examinar cómo los encuadres mediáticos activan e interactúan con el conocimiento previo de los individuos que afecta a las interpretaciones, al recuerdo de información, a la toma de decisiones y a las evaluaciones; escrutar cómo los encuadres mediáticos influyen en los procesos de opinión pública o en los debates sobre asuntos políticos (D'Angelo, 2002).

En esencia, los objetivos del programa de investigación que plantea D'Angelo (2002) tratan de explicar el proceso de encuadre completo, desde la influencia de diversos agentes en la configuración de los encuadres mediáticos a la composición de los *frames* y sus efectos individuales y sociales. Para D'Angelo (2002), las cuatro conjeturas sobre los encuadres que constituyen el nexo integrador entre las aproximaciones que conforman el programa que estudia el *framing* son las siguientes: 1) “son temas (*themes*) incluidos en los relatos informativos, insertados por varios dispositivos de encuadre”⁵; 2) “dan forma a diferentes niveles de realidad”; 3) “interactúan con los comportamientos cognitivos y sociales a los que, en primer lugar, han dado forma”⁶; 4) “moldean los diálogos públicos sobre asuntos políticos”⁷ (p. 873).

Con todo, dentro de estas conjeturas se incluyen algunas de las premisas que Entman (1993) expuso anteriormente en aras de impulsar una visión integradora sobre el estudio del *framing*, como es el apunte de los distintos lugares en los que se pueden localizar los encuadres (emisor, texto, receptor y cultura), o la afirmación de que “cualquiera que sea su uso específico, el concepto de *framing* ofrece consistentemente un modo de describir el poder de un texto comunicativo” (p. 51).

La clave del programa de investigación sobre los procesos de encuadre se encuentra, por tanto, en la acumulación de conocimientos, “incluso cuando las refutaciones aparentes sugieren una revisión de los modelos teóricos” (D'Angelo, 2002, p. 875). Así, D'Angelo & Kuypers (2010) apuntan que la “integración teórica parece una parte ineluctable del análisis del *framing*” (p. 5). Pero la consideración de esta aproximación integradora no significa que se pueda alcanzar una visión definitiva sobre el proceso a través de un diseño de análisis multimetodológico coherente que conecte los diferentes niveles en los que operan los *frames*. De ahí,

⁵ Por consiguiente, un encuadre es algo distinto al tema (*topic*) que se trata en el relato informativo.

⁶ Esta conjetura se guía por la dualidad que Kinder & Sanders (1990) atribuyen a los encuadres como “estructuras mentales internas” y “dispositivos incrustados en el discurso político”. Los encuadres existen, por lo tanto, como un conocimiento previo que individuos y grupos utilizan para responder de distintas maneras a la información de los medios.

⁷ Esta conjetura manifiesta que los periodistas asumen un determinado rol en la sociedad, en tanto que son reconocidos como proveedores de información a los ciudadanos para la comprensión de los asuntos públicos.

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

que D'Angelo (2012) considere demasiado ambicioso el objetivo que persigue Matthes (2012) de "dibujar una imagen completa de la totalidad del proceso de encuadre" (p. 248).

En este sentido, Jörg Matthes plantea su modelo de estudio integrador basándose en cuatro principios generales, que están relacionados con las conjeturas centrales señaladas por D'Angelo (2002): la competición de encuadres, la selección y modificación de encuadres, las dinámicas del *framing*, y la consistencia de los encuadres (Matthes, 2012). Estos principios pueden concretarse mediante las siguientes consideraciones:

- Hay siempre varios encuadres sobre los asuntos políticos y una lucha por establecer una interpretación dominante al respecto.
- Todos los actores implicados pueden adoptar unos encuadres en lugar de otros, modificar los existentes o aportar los suyos propios.
- Los encuadres evolucionan con el tiempo en un proceso dinámico y diacrónico, de forma que la acción de los diversos actores y niveles influye directa o indirectamente en el resto (Entman, 2004, 2012; Entman, Matthes & Pellicano, 2009).
- Los encuadres no son mensajes persuasivos excepcionales y aislados, sino que responden a un patrón de interpretación repetido y articulado por elementos conectados consistentemente, que sugiere una cierta evaluación y atribución de causas o responsabilidades en la solución del problema.

Partiendo de estos principios, Matthes (2012) entiende que carece de sentido analizar diferentes tipos de encuadres en el contenido de los medios, por un lado, y en las audiencias, por otro. Por este motivo, considera que los encuadres específicos sustantivos, es decir, aquellos que desarrollan las funciones de los *frames* observadas por Entman (1993, 2004), se adaptan mejor al desarrollo de un diseño integrador, ya que el estudio de los encuadres periodísticos generales, como el de conflicto o el estratégico, resulta interesante para examinar el contenido de los medios, pero no es relevante para comprender el proceso de encuadre completo desde la construcción del *frame* hasta sus efectos.

Sin duda, el estudio de Matthes (2012) ofrece una importante contribución para interrelacionar estudios empíricos sobre diferentes actores y niveles del proceso de encuadre. Con el fin de lograr su propósito integrador, Matthes (2012) se asocia con otros investigadores para estudiar un mismo objeto -la campaña del referéndum sobre la nacionalización de inmigrantes celebrado en Suiza en 2008-, desde una única perspectiva teórica -el *framing*-, compartiendo de una misma

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

definición –la de Entman (1993)–, y generando un corpus de datos consistente a partir de metodologías coordinadas (análisis de contenido de comunicados de prensa y discursos, análisis de contenido mediático, y encuestas de panel). Los cinco artículos que conforman el estudio analizan los mismos tres encuadres a lo largo del proceso de comunicación: “el imperio de la ley”, “nacionalización en masa” y “la decisión final del pueblo” (Gerth & Siegert, 2012; Hängli, 2012; Hängli & Kriesi, 2012; Schemer, Wirth & Matthes, 2012; Wettstein, 2012).

Sin embargo, esta propuesta puede chocar con los propósitos acumuladores del programa de investigación si pretende establecerse como un diseño teórico y metodológico cerrado, ya que lo que ofrece cada estudio que se hace desde la investigación sobre *framing* son en realidad nuevos descubrimientos sobre cómo funciona el proceso de encuadre (D’Angelo, 2012). De hecho, en cada modelo teórico en el que se explican diferentes conexiones en el proceso de encuadre, “los significados de los mecanismos y procesos pueden diferenciarse, incluso ligeramente, dependiendo en como descubrimientos particulares y la revisión literaria sobre los estudios de *framing* son interpretadas por el modelo” (D’Angelo, 2012, p. 356).

Con todo, la investigación sobre *framing* puede avanzar en mayores proporciones a través de modelos teóricos y diseños metodológicos que conectan las diferentes partes del proceso de encuadre señaladas por las investigaciones realizadas en el marco de los diferentes paradigmas. Desde esta asunción, la interdisciplinariedad, o naturaleza multiparadigmática de la que beben los estudios de *framing*, se concibe más como una ventaja, que como un inconveniente, para aprovechar el potencial explicativo del *framing*.

4. *Trains of thought*, hegemonía ideológica y construcción social de la realidad: los diferentes paradigmas en la investigación sobre el *framing*

La investigación sobre la teoría del *framing* ha surgido y se ha desarrollado, como hemos visto anteriormente, en el marco de diferentes disciplinas y aproximaciones teóricas, que con el tiempo han alcanzado ciertos principios o conjeturas comunes. Lo que nos lleva a justificar la necesidad de superar la concepción del *framing* como un paradigma fracturado, que debe ser unificado (Entman, 1993), por la de un programa de investigación multiparadigmático (D’Angelo, 2002, 2012) que abarque todas las perspectivas establecidas hasta el momento. Pero esta integración solo es posible desde una condición *multipartadigmática*, es decir, mediante la construcción de modelos teóricos y diseños metodológicos coherentes que conecten ideas y descubrimientos de diferentes aproximaciones.

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

La adopción de esta condición *multiparadigmática* supone reconocer el valor explicativo de todos los paradigmas de investigación, a pesar de las limitaciones que presenta cada uno de ellos, así como el aprovechamiento continuo de las diferentes aportaciones al estudio del proceso de encuadre. En este sentido, la sistematización de las diferentes perspectivas de investigación en los paradigmas cognitivo, crítico y constructorista (D'Angelo, 2002), tal como se desprende de la revisión de cada uno de estos paradigmas, resulta más clarificadora que la tradicional distinción entre las aproximaciones sociologista y psicologista del estudio del *framing*.

Con objeto de obtener una perspectiva teórica adecuada desde la investigación sobre *framing*, revisaremos a continuación los diferentes paradigmas que definen los esfuerzos investigadores desde la teoría del encuadre y exploraremos sus posibilidades de integración o síntesis paradigmática.

4.1 El paradigma cognitivo

La perspectiva cognitiva comprende las investigaciones que abordan principalmente los efectos que los *frames* producen en los pensamientos, actitudes y comportamientos de los individuos (Cappella & Jamieson, 1997; Chong & Druckman, 2007a, 2007b; De Vreese, 2004; Domke et al., 1998; Lecheler & De Vreese, 2012; McLeod & Detenber, 1999; Nelson, Clawson & Oxley, 1997; Price, Tewksbury & Powers, 1997; Rhee, 1997; Schemer, Wirth & Matthes, 2012). Se centra, por lo tanto, en entender en qué medida y de qué forma los *frames* comunicativos o *media frames* pueden alterar los esquemas mentales (*trains of thought*) de los individuos e influir en la interpretación que los ciudadanos hacen de los asuntos públicos (Price et al., 1997).

Así, los estudios cognitivistas tratan a menudo de detectar los pensamientos que siguen a la activación de un *frame* de contenido, que actúa como variable independiente. En este sentido, diversos estudios han encontrado que el mayor énfasis sobre determinados aspectos de un asunto en cuestión (Chong & Druckman, 2007a, 2007b; Nelson et al., 1997)⁸ e incluso pequeños cambios en la forma de presentar el mensaje (Kahneman & Tversky, 1984) influyen en los juicios de los ciudadanos y en sus decisiones.

Sin embargo, también se pone de manifiesto que los ciudadanos no asumen directamente los *frames* proyectados en los procesos de comunicación ya que el impacto de la información varía de un individuo a otro y de un contexto a otro (v.

⁸ Por ejemplo, la actitud hacia la concentración de un grupo conflictivo sufrirá variaciones en función de si el problema se enfoca como una cuestión de derechos civiles, o bien, de forma distinta, como un problema de orden público.

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

Borah, 2011; Druckman, 2001a; Schemer et al., 2012, para una revisión). Los efectos del *framing* se conciben entonces como la consecuencia de un ‘proceso de negociación’, que tiene lugar en la mente del individuo cuando los *frames* de los medios interactúan con el conocimiento previo, experiencias, emociones y creencias personales del receptor. De ahí que, tal y como algunos investigadores han afirmado, los *frames* pueden tener mayor poder si apelan a relatos ya asentados de hechos pasados o a las predisposiciones morales de la audiencia a la que se dirigen y se presentan en términos de valores concretos con respecto a los asuntos públicos (Chong & Druckman, 2007a; Domke et al., 1998; Schemer et al., 2012; Shah, Domke, & Wackman, 1996; Sniderman & Theriault, 2004).

Además de la existencia de fuertes creencias, opiniones y valores previos, se han señalado dentro de estas investigaciones otros factores que condicionan el efecto de los *frames*. La credibilidad de las fuentes (Druckman, 2001b), el grado de conocimiento político del individuo (Cappella & Jamieson, 1997; Lecheler & De Vreese, 2012; Nelson, Oxley & Clawson, 1997; Price et al., 1997), la importancia concedida al asunto (Lecheler, De Vreese y Slothuus, 2009), las conversaciones interpersonales (Druckman, 2001c; Druckman & Nelson, 2003), la repetición de los *frames* (Cappella & Jamieson, 1997; Iyengar, 1991; Price et al., 1997) o la pugna de enfoques alternativos (Chong & Druckman, 2007a, 2010; Sniderman & Theriault, 2004), son algunas de las variables que también se han apuntado como determinantes de los efectos de los *frames* en los ciudadanos.

Las evidencias presentadas por todo este corpus teórico y experimental se enfrentan, no obstante, a una serie de limitaciones que restan validez externa a este tipo de trabajos, como son las siguientes: la dificultad de comparar los resultados entre estudios que analizan *frames* muy diversos, las distintas variables dependientes que presentan (opiniones sobre ciertos asuntos, conocimiento político, desafección política, decisión de voto en unas elecciones, etc.), la dificultad de determinar qué factor condicionante de los efectos es el más importante y, sobre todo, la escasa incorporación a estos análisis de métodos que tengan en cuenta los contextos sociales y culturales donde se elaboran y reciben las informaciones (Vliegenthart & Zoonen, 2011).

El foco de las investigaciones cognitivas exclusivamente en el micro-nivel de las exposiciones de los individuos a los *frames*, dejando de lado el estudio de las interacciones sociales y discursivas como forma de producción y negociación de significado, centran, por tanto, las críticas a este paradigma (Price, Nir & Cappella, 2005; Vliegenthart & Zoonen, 2011) y a la “tendencia a explorar los *frames* simplemente como características del contenido que producen efectos de los medios” (Carragee & Roefs, 2004, p. 215).

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

Asimismo, aunque algunos de estos estudios han destacado la importancia que tiene la fortaleza de un *frame* en un contexto de enfoques que compiten entre sí por producir un impacto en los pensamientos y actitudes de los ciudadanos (Chong & Druckman, 2007a, 2010), las investigaciones englobadas dentro de este paradigma no han explorado los contextos sociales de distribución del poder que contribuyen a que determinados *frames* e interpretaciones de los asuntos públicos se conviertan en dominantes, pudiendo ejercer así una mayor influencia en la opinión pública de una sociedad, tal y como se ha apuntado desde las investigaciones que situaremos a continuación dentro del paradigma crítico.

4.2 El paradigma crítico

La necesidad de incorporar los contextos políticos, sociales y culturales donde se originan los *frames* al estudio del *framing* se debe, como han señalado diversos investigadores, a que los *frames* de los medios no surgen y se desarrollan en el vacío (Carragee & Roefs, 2004; Olausson, 2009), sino que son consecuencia de la interacción social de diferentes actores, por lo que no se puede reducir la investigación sobre el proceso de *framing* solamente a la experimentación sobre efectos cognitivos de las informaciones en los individuos. Así, la perspectiva crítica reclama la consideración de las relaciones de poder que se reflejan en los *frames* que proyectan los medios y sus consecuencias sociales (Bennett, Lawrence & Livingston, 2007; Entman, 1991; Entman & Rojecki, 1993; Gerth & Siegert, 2012; Gitlin, 1980; Hänggeli, 2012; Martin & Oshagan, 1997; Olausson, 2009; Rachlin, 1988; Tuchman, 1983).

Esta visión ya la recogían los primeros estudiosos del *framing* (v. Sádaba, 2001, para una revisión) en el ámbito de la sociología de los medios de comunicación (Gitlin, 1980; Tuchman, 1983), y se asienta en la premisa de que los *frames* transferidos por los periodistas sirven a los intereses de las élites, que los utilizan desde su posición dominante en la cobertura de los medios, lo que les permite, a la vez, mantener su hegemonía ideológica en la sociedad. Esto se debe, según Gitlin (1980), a que los *frames* no sólo organizan la realidad para los medios, sino también en gran medida “para nosotros que confiamos en sus informaciones” (p. 7).

Las investigaciones dentro del paradigma crítico conectan por tanto la teoría del *framing* con el concepto de hegemonía de Gramsci (1971), referido al sistema de creencias o estructura ideológica por el que se mantiene y legitima el orden político establecido. De acuerdo con este filósofo marxista italiano, la prensa y otras instituciones culturales difunden y refuerzan las perspectivas dominantes en el pensamiento de la sociedad. Algunos investigadores han destacado así el papel ideológico de las organizaciones mediáticas, puesto que consideran que los medios en su cobertura otorgan menor credibilidad -cuando no excluyen- a las

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

narrativas sociales que no encajan con las definiciones de situación insertas en los *frames* que transmiten a sus audiencias. De esta forma, los relatos de los medios reflejan los intereses de las fuentes a las que dan prioridad y limitan las visiones alternativas (Carragee & Roefs, 2004; Durham, 2001; Gitlin, 1980; Tuchman, 1983).

Pero la inclinación de los medios por determinadas versiones de la realidad no es necesariamente un proceso consciente (Entman, 2007; Hackett, 1984). En este sentido, Tuchman (1983) señala que las prácticas periodísticas y rutinas informativas, presentadas como 'procedimientos objetivos', hacen que la noticia legitime el *statu quo*, ya que el periodista para realizar su trabajo se apoya en estructuras, mecanismos y procesos institucionales y, a la vez, los reproduce (p. 224)⁹. Más concretamente, se ha subrayado que los *frames* promovidos por las fuentes oficiales y los grupos poderosos tienen una mayor presencia en los contenidos de los medios (Gans, 1979; Gerth & Siegert, 2012; Hänggeli, 2012; Shoemaker & Reese, 1996; Wolfsfeld, 1997). Esto vincula las investigaciones del paradigma crítico con la teoría de la indexación (Bennett, 1990; Bennett et al., 2007), al sostener que los medios tienden a priorizar los asuntos y puntos de vista señalados por las élites políticas y las instituciones con mayor poder.

Desde esta perspectiva, el *framing* se concibe, por tanto, como un proceso de interacción entre fuentes y periodistas (Sádaba & Rodríguez-Virgili, 2008), en el que el poder y los recursos económicos y culturales de los promotores de los *frames* son claves para que un determinado enfoque predomine en el discurso mediático (Carragee & Roefs, 2004; Entman, 2007, 2010; Gitlin, 1980; Hänggeli, 2012; Shoemaker & Reese, 1996). De ahí que se señalen tanto las dificultades que tienen los movimientos sociales para desafiar los *frames* promovidos desde las altas instancias (Entman & Rojecki, 1993; Gitlin, 1980), como la importancia del estudio de los marcos de acción colectiva como medio para contrarrestar los *frames* que impulsan las élites (Carragee & Roefs, 2004).

El reconocimiento de que unas interpretaciones de la realidad son favorecidas por encima de otras en el contenido de los medios debido, en parte, a la habilidad y los mayores recursos de ciertos actores, lleva a Entman (2007, 2010) a proponer la investigación sobre el establecimiento de pautas duraderas en los procesos de comunicación mediada que ayudan a promover los intereses de ciertas entidades, causas o individuos. De este modo señala las implicaciones que tienen los procesos de *framing* en el debilitamiento y el fortalecimiento de los actores en el

⁹ Aunque los trabajos pioneros de la socióloga Gaye Tuchman (1983 [1978]) se sitúan también a menudo dentro de la visión construccionista, que trataremos después, en realidad esta autora se centra en los mecanismos institucionalizados que guían el trabajo de los periodistas y dan lugar a la imposición de visiones hegemónicas en la sociedad. Por lo que coincidimos con D'Angelo (2002) en la identificación de Tuchman dentro del paradigma crítico.

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

juego político y, por consiguiente, también en la distribución del poder y en el funcionamiento de la democracia misma. Esta idea ha sido apuntada también por otros autores, como Kuypers (2002) o Durham (2001), que han insistido en sus efectos negativos para la diversidad de voces en el debate político, o más concretamente, como señala un estudio realizado por Gerth & Siegert (2012), para la influencia de la sociedad civil en los asuntos públicos. Asimismo, la perspectiva crítica contradice la visión de los medios como una instancia vigilante (*watchdog*) frente a las acciones del poder, ya que las informaciones periodísticas dependen principalmente de los puntos de vista de figuras de las élites (Hänggli, 2012).

Las investigaciones dentro del paradigma crítico se centrarán, por tanto, a diferencia de los estudios sobre efectos que han definido las investigaciones que siguen el paradigma cognitivo, en el contexto dónde surgen los encuadres y en cómo se configuran en los textos, es decir, en los orígenes o en la construcción de los *frames* que se proyectan en los medios (*frame building*). Por consiguiente, el análisis de contenido de los medios se constituye como la principal herramienta de estudio en estos trabajos (Entman, 2010; Hänggli, 2012; Kuypers, 2002, 2010). Por otra parte, de los *frames* de los medios se infieren efectos en los ciudadanos, o bien se mide su impacto en la opinión pública de forma agregada (ver la revisión de D'Angelo, 2002, p. 877).

En todo caso, las consecuencias más relevantes para este tipo de investigaciones son aquellas relacionadas con la obtención de los propósitos que persiguen los promotores de los *frames*, por lo que el foco no se pone en los efectos individuales del contenido de los medios, sino en sus efectos sociales y políticos¹⁰.

Sin embargo, esta perspectiva puede resultar reduccionista al situar el *framing* como un proceso estrictamente jerárquico y vertical, limitando la acción del periodista a un rol mediador del mensaje de los actores más poderosos, y subestimando la capacidad de las audiencias para influir en las dinámicas de comunicación. De hecho, otras investigaciones han destacado que los medios pueden introducir *frames* alternativos o rechazar aquellos propuestos por las élites (Callaghan & Schnell, 2001), así como también los movimientos sociales y las protestas ciudadanas pueden afectar al discurso público (Meyer, 1995).

¹⁰ A pesar de que estos trabajos no rechazan por completo la capacidad de los individuos para asimilar o desestimar los *frames*, y de que reconocen que los análisis de contenido no pueden utilizarse para probar definitivamente las consecuencias sociales y políticas de los *frames* de los medios, consideran que su contribución al estudio de los procesos de *framing* es fundamental y que además no tienen menor validez para el descubrimiento de los efectos sociales de la comunicación política que las investigaciones experimentales. Como subraya Entman (2010), a propósito de los estudios cognitivos, "lo que parecen ser resultados nulos o estadísticamente insignificantes a nivel individual, puede enmascarar importantes efectos a nivel macro" (p. 334). Esto sucede, por ejemplo, cuando el impacto de los *frames* en un porcentaje escaso de personas puede decidir el resultado final de unas elecciones.

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

Por lo que consideramos conveniente resaltar varias limitaciones, que impiden a nuestro juicio, una aceptación por completo de la visión crítica del *framing*:

En primer lugar, la adopción o elaboración de un *frame* es producto de múltiples factores como son, entre otros, la ideología personal y los valores del periodista, su encaje con patrones de cobertura estandarizados –tales como el conflicto, el interés humano o el drama-, la visión comercial y los intereses de la organización mediática, el cálculo de las preferencias del público o la atención al contenido que publica la competencia. Asimismo, no hay que olvidar el peso de las culturas políticas y mediáticas para el asentamiento de los *frames* en los discursos de los medios, ni tampoco la importancia que tienen los contextos para la emergencia y el discurrir de la competición entre diferentes interpretaciones de la realidad social. Así, por ejemplo, en situaciones de disenso sobre un asunto entre las principales élites resultará más probable que los periodistas introduzcan enfoques diferentes a los de las fuentes oficiales¹¹.

En segundo lugar, como subrayan Carragee & Roefs (2004), “los procesos de *framing* son fundamentales tanto para la producción de significados hegemónicos como para el desarrollo de visiones contra-hegemónicas” (pp. 227-228), por lo que no existen *frames* sin sus opuestos o sin visiones alternativas (Bartolomé & Rodríguez-Virgili, 2012). De cualquier modo, todos los *frames* incorporan símbolos sociales, creencias e ideas y tienen raíces culturales (Gamson, 1988; Tankard, 2001). Con lo que una de las principales críticas que se hacen al paradigma crítico es que, al considerar el *framing* como una forma de insertar los significados dominantes en la audiencia, puede parecer que “a la sociedad se le imponen unos símbolos que no le son propios” (Sádaba, 2006, p. 146; véase también Gamson, 1989). Sin embargo, los elementos simbólicos utilizados en los encuadres de los medios tienen un origen sociocultural, evolucionan continuamente y no surgen directamente de la acción de determinados grupos de las élites y los medios de comunicación. En este sentido, Van Gorp (2007) subraya la relevancia que tiene para poder comprender el proceso de *framing* la conexión existente entre el contenido reflejado en los medios y los fenómenos culturales.

El principal reto de la investigación sobre *framing*, desde este paradigma crítico, será, por tanto, explicar cómo se articula la interacción entre los promotores de los *frames* (fuentes y emisores), los medios de comunicación y el procesamiento de los *frames* por las audiencias, en un determinado contexto social y cultural. La visión construccionista ofrece, como veremos a continuación, una explicación del

¹¹ Uno de los ejemplos más destacados en los últimos años sobre como el consenso entre las élites políticas es determinante para el predominio de un *frame*, lo encontramos en la visión unificada que hubo en los medios estadounidenses sobre la política exterior de su país tras los atentados terroristas del 11 de septiembre de 2001. Como afirma Castells (2009), a medida que las “opiniones de las élites sobre la guerra se fueron distanciando (...) los medios mayoritarios dejaron de seguir la agenda fijada por la administración Bush y disociaron la guerra de Irak de los marcos dominantes” (p. 241).

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

framing como un proceso discursivo en el que los diferentes actores, además de tener un papel activo en la producción social de significados (Neuman et al., 1992), comparten esquemas de referencia y códigos comunes que otorgan una interpretación y sentido a la información que se transmite y procesa.

4.3 El paradigma construccionista

El paradigma construccionista concibe el *framing* como un proceso de construcción de la realidad social, el cual, a diferencia de lo que sostiene la perspectiva crítica, no se produce a causa de la fijación de los *frames* de las fuentes en los mensajes de los medios y las percepciones de las audiencias. Más que como visiones hegemónicas que determinan los contenidos de los medios o como esquemas cognitivos que condicionan los efectos en los receptores, los *frames* se entienden desde la visión construccionista como paquetes de recursos simbólicos o “cajas de herramientas” para la interpretación de los asuntos públicos (D’Angelo, 2002, p. 877; Neuman et al., 1992; Reese, 2007; Swidler, 1986). Por consiguiente, de acuerdo con la perspectiva construccionista, en el mundo social se da una especie de competición entre diferentes construcciones simbólicas que guían las percepciones de los individuos y ayudan a dotar de un determinado sentido a los hechos y acontecimientos (Gamson, 1988, 1992; Gamson & Modigliani, 1989; Surette, 2010).

Así, el paradigma constructivista reconoce que las interpretaciones y los juicios que los ciudadanos hacen sobre la realidad social se conforman a partir de imágenes y significados insertos en las representaciones simbólicas transferidas por los medios de comunicación; pero también que estas son procesadas por los individuos en base a diferentes factores como las experiencias personales, las conversaciones con otros ciudadanos, las características del asunto, las identificaciones culturales previas o la memoria social compartida del colectivo de pertenencia (Gamson & Modigliani, 1989; Neuman et al., 1992).

Por otra parte, las informaciones de los medios están influenciadas, como señalan Shoemaker & Reese (1996) -además de por las características individuales de los periodistas, las rutinas profesionales y los factores organizacionales-, por elementos externos. Entre las influencias externas que actúan sobre los mensajes elaborados por el periodista, se encuentran las que derivan de los contenidos publicados por otros medios (y cada vez más en las redes sociales de Internet), así como las fuentes de información y las actividades de promotores de encuadres, como pueden ser gabinetes de prensa, anunciantes, gobiernos, lobbies, movimientos sociales, etc. No obstante, los medios se encargan también de interpretar los mensajes que pasan por su *filtro*, pudiendo en todo caso ignorar, reelaborar e incluso contrarrestar los *frames* promovidos por las fuentes (Callaghan & Schnell, 2001; Gamson & Modigliani, 1989). Asimismo, el esfuerzo

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

por mantener la credibilidad ante la audiencia a la que se dirige el periodista y la previsible -o posterior- respuesta de los lectores también condicionan la adopción o construcción de un *frame* por parte del medio (Gans, 1979; Neuman et al., 1992).

Pero es en las convenciones culturales y tradiciones narrativas presentes en las noticias donde mejor se capta la naturaleza y estructura de los *frames*, de acuerdo con la línea argumental desarrollada dentro de la perspectiva constructorista por autores como Gamson & Modigliani (1989), Johnson-Cartee (2005), Schudson (2003) y Van Gorp (2007, 2010). Estos trabajos subrayan que la organización de recursos simbólicos con fuerte arraigo en la cultura de una sociedad -como son mitos, estereotipos, valores, arquetipos o construcciones narrativas-, con una intención y un sentido, da lugar a la existencia en los productos informativos de patrones persistentes que se utilizan para definir un asunto, junto con el establecimiento de sus causas, implicaciones y soluciones. La presencia de estos elementos culturales en los que se apoyan los *frames* se manifiesta en los textos a través de metáforas, ejemplos, frases de enganche, etiquetas, descripciones, imágenes y similares instrumentos que remiten a otros significados latentes (Gamson & Lasch, 1983; Pan & Kosicki, 1993; Van Gorp, 2007). Los símbolos y convenciones culturales originan así la conexión entre el contenido manifiesto y el contenido latente que conforman la idea central organizadora o paquete interpretativo (*frame*) transmitido por los medios.

Por lo tanto, los *frames* tendrán un mayor éxito a la hora de activar los esquemas mentales de los individuos que componen una sociedad en tanto su aplicación tenga mayores resonancias culturales; es decir, cuanto más congruentes sean los paquetes interpretativos con los esquemas comunes de los ciudadanos que comparten una cultura política (Benford & Snow, 2000; Entman, 2004; Gamson & Modigliani, 1989; Sádaba, Rodríguez-Virgili & La Porte, 2008; Snow et al., 1986). Igualmente, la aplicación de un *frame* por parte de los medios será también más probable cuanto más se encuentre este encuadre en consonancia con la cultura política compartida, y con los esquemas narrativos, tradiciones, normas y prácticas periodísticas asumidas en una determinada cultura mediática (Schudson, 2003).

Con todo, esta perspectiva explica el *framing*, y la construcción social de la realidad, como un proceso de interacción entre el sistema de símbolos sociales y el sistema de esquemas cognitivos de cada individuo. Así, las conversaciones e intercambio sociales reconfiguran los elementos culturales que dotan de sentido a los asuntos públicos. Y, además, las diferentes experiencias, creencias personales y asociaciones mentales moldean el impacto que tienen los *frames* sobre cada individuo (Van Gorp, 2010). Es más, Edy & Meirick (2007) apuntan que los sujetos combinan distintos elementos de los diferentes paquetes interpretativos que existen en la esfera pública para articular su visión sobre las cuestiones sociales.

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

De este modo, la integración de los esquemas individuales con referencias culturales, que tienen una lógica definida en la sociedad, conecta la perspectiva construccionista con los orígenes sociológicos del *framing* y las teorías de Goffman (1974). La detección de los repertorios culturales que constituyen cada *frame* que se emplea para orientar la comprensión de un tema en un sentido u otro, en función del encuadre aplicado, permite así conocer estructuras externas que influyen tanto a los medios como a las audiencias en su percepción del mundo social (Van Gorp, 2007). La aproximación construccionista sitúa por lo tanto la cultura como el contexto de referencia que conecta las interpretaciones que construyen los medios con las que hacen las audiencias, al tratarse de interpretaciones que encajan con visiones asimiladas y que resultan familiares para los miembros de la sociedad (Shoemaker & Reese, 1996).

En cualquier caso, los elementos simbólicos o culturales no son *frames* en sí mismos, puesto que para serlo deben articularse de forma que definan situaciones o asuntos, implicando además un juicio sobre estas cuestiones. Por lo que es preciso destacar el montaje narrativo que presentan los *frames* “para promover una interpretación particular” (Entman, 2007, p. 164). De forma que la consideración de este carácter narrativo de los *frames*, como subrayan Sádaba, Rodríguez-Virgili & Bartolomé (2012b), “vendría a introducir un orden que actúa como eje configurador y que dota de un mismo sentido a diferentes acontecimientos organizando el mundo social” (p. 119).

En este sentido, el trabajo del periodista se asemeja al del novelista o el narrador de historias que da forma a los hechos, personajes y conflictos, para construir y transmitir un relato coherente, con un principio, un desarrollo y un final en el que se ofrece una resolución de los problemas planteados (Canel, 2006; Johnson-Cartee, 2005; Pan & Kosicki, 1993; Schudson, 2003). Pero la elaboración de noticias, al igual que las narraciones de ficción, se desarrolla en lo que se ha denominado como *aire cultural*, es decir, a partir de pautas culturales, tradiciones narrativas y asunciones sobre la forma de contar historias. El contenido de las narraciones periodísticas recoge mitos, valores, arquetipos, metáforas o juicios morales. La forma asume patrones de redacción periodística y convenciones sobre la presentación del producto informativo: por ejemplo, la estructura de pirámide invertida o el enfoque de interés humano (Schudson, 2003).

No obstante, la persistencia de construcciones simbólicas y patrones estables para la interpretación señalada por la perspectiva construccionista no resta dinamismo al proceso de *framing*. En primer lugar, porque los *frames* actúan en circunstancias cambiantes. Así, mientras algunos *frames* manifiestan una continuidad en el tiempo -adaptándose a nuevos hechos, situaciones o actores- otros ofrecen una menor resonancia debido a cambios en el contexto institucional, político o social (Benford & Snow, 2000; Johnson-Cartee, 2005). Además, su

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

potencial depende también de la capacidad de representación del referente sobre el que se comunica o, siguiendo la expresión de Snow & Benford (1988), de la *credibilidad empírica* del *frame*. En segundo lugar, medios e individuos pueden aceptar o rechazar los encuadres propuestos, así como participar en la creación de nuevos *frames* o en la transformación de los ya existentes a través de la interacción social, disponiendo asimismo de la posibilidad de utilizar las versiones alternativas a los encuadres predominantes.

Los construccionistas tienden por consiguiente a tratar de identificar la variedad de *frames* que se emplean en las sociedades para ejercer la comunicación o la comprensión sobre un asunto. Por ello, consideran que la reconstrucción de los distintos paquetes interpretativos –identificando la conexión entre instrumentos simbólicos y mecanismos de razonamiento en torno a una idea central–, a través del análisis de contenido de los medios, debe ser el núcleo central del estudio empírico o al menos su primer paso (Gamson & Modigliani, 1989; Pan & Kosicki, 1993; Van Gorp, 2007, 2010).

Sin embargo, los autores englobados dentro de este paradigma defienden también la utilización de múltiples metodologías para comprender el funcionamiento en los diferentes niveles del proceso de construcción social de la realidad, así como la triangulación metodológica en los análisis del *framing* con el fin de otorgar una mayor validez a los resultados de investigación (Neuman et al., 1992). De modo que se proponen los sondeos, la observación de redacciones y las entrevistas para analizar *la construcción del frame (frame-building)*. En cuanto al estudio de los efectos del *framing*, no se utilizan los experimentos sobre los pensamientos individuales que surgen de la exposición a un contenido enmarcado, que son típicos en las investigaciones cognitivistas, sino que se explora mediante la técnica del *focus group* la relación entre el discurso mediático y la articulación de la opinión pública en la conversación social (Gamson, 1992; Price et al., 2005).

En definitiva, la aproximación construccionista es, desde nuestro punto de vista, la que ofrece una perspectiva más completa para el estudio del *framing*, ya que lo concibe como un proceso interactivo y dinámico en el que se negocian socialmente los significados, y tiene en cuenta tanto el contexto político y cultural donde se produce el mensaje, como las características de los medios, de la audiencia y de la representación simbólica del referente. Como afirma Van Gorp (2007):

(...) El *framing* implica la interacción que ocurre entre el nivel textual (los *frames* aplicados en los medios), el nivel cognitivo (los esquemas entre la audiencia y los creadores de los medios), el nivel *extramedial* (sic) (el discurso de los promotores de *frames*...), y finalmente, el stock de encuadres que está disponible en una determinada cultura (p. 64).

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

Por consiguiente, la perspectiva construccionista es la que mejor refleja el proceso de comunicación, como un modelo en el que los mensajes no solo no se proyectan sobre una tabla rasa, sino en el que las influencias fluyen “en diferentes direcciones” (Pan & Kosicki, 2001, p. 46). De forma que el *framing* se produce en la competición entre actores estratégicos por crear significados colectivos de los asuntos públicos (Pan & Kosicki, 2001), y los *frames* son herramientas, empleadas tanto por los emisores como los receptores, para interpretar los temas y acontecimientos con un sentido.

Sin embargo, conviene considerar también que estas herramientas pueden tener mayores posibilidades de ser utilizadas si se encuentran más accesibles o son favorecidas por un determinado contexto político-institucional –como señala el paradigma crítico–, así como si encajan mejor con las percepciones previas del periodista o la audiencia –como aduce el paradigma cognitivo–. Por lo que, al igual que varios autores de referencia en los últimos años, no descartamos elementos de los paradigmas cognitivo y crítico que pueden enriquecer la concepción del *framing*, avanzando hacia una integración o síntesis paradigmática en la investigación.

4.4 La síntesis paradigmática

La necesidad de utilizar ideas de diferentes paradigmas para desarrollar el potencial teórico y metodológico de la investigación sobre *framing* ha sido planteada principalmente por D’Angelo (2002) y Reese (2007). De modo que estos autores conciben el *framing* como un “programa de investigación multiparadigmático” (D’Angelo, 2002, p. 870) o como un “modelo puente” (Reese, 2007, p. 148) que ofrece explicaciones sobre el proceso de enmarcado, gracias a la integración entre principios y descubrimientos de los paradigmas cognitivo, construccionista y crítico.

En un plano similar se sitúan otros trabajos destacados que, si bien no se refieren en todos los casos a estos tres paradigmas (Scheufele & Scheufele, 2010; De Vreese, 2005; Scheufele, 1999), reclaman un modelo que integre las perspectivas macroscópica y microscópica, es decir, aunar la tradición sociológica del *framing* encarnada por William Gamson y por otros estudiosos de los movimientos sociales, como David Snow y Robert Benford, con las investigaciones sobre los efectos cognitivos de los encuadres mediáticos (Scheufele & Scheufele, 2010). Con esta síntesis se persigue describir los diferentes aspectos del proceso de *framing* de una forma más completa.

Por lo tanto, los estudios sobre *framing*, en un sentido global, aspiran a explicar la correlación entre los encuadres identificados en el contenido de los medios y las condiciones (procesos, relaciones, influencias, contextos, etc.) que guían su

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

elaboración, y, a la vez, tratan de identificar cómo estos encuadres tienen impacto en los receptores y en los procesos sociales que dan forma a la opinión pública y al debate de los asuntos políticos (D'Angelo, 2002). Lo que lleva a D'Angelo (2012) a afirmar que "incluso los modelos que se centran en la construcción del *frame*, en lugar de en los efectos de los *frames* a nivel individual son parte del paisaje cambiante de las definiciones conceptuales de los *frames* del pensamiento" (p. 358).

De hecho, los trabajos o modelos que integran más de uno de los paradigmas en la investigación del *framing* (cognitivo, construccionista y crítico) son numerosos hoy en día (Azpíroz, 2012; D'Angelo, 2002; Entman, 2004, 2012; Hardin & Whiteside, 2010; Lewis & Reese, 2009; Matthes, 2012; Reese, 2007, 2010). Estas investigaciones presentan elementos de diferentes paradigmas, y la síntesis de distintas aproximaciones se puede encontrar tanto en el plano metodológico como en el teórico y conceptual (D'Angelo 2002, 2012).

Así, por ejemplo, Reese (2010) reconoce que su investigación combina aspectos tanto del paradigma crítico como del construccionista. De hecho denomina su trabajo como una "perspectiva crítico construccionista" (Reese, 2010, p. 18), justificando esta integración de la siguiente manera:

(...) Crítica en el sentido de que veo los *frames* como expresiones y resultados del poder, desigualmente distribuido con la opinión pública dominada (...) y construccionista en el sentido de que doy a participantes, como los periodistas, cierta autonomía profesional (...) usando los *frames* como "paquetes interpretativos" para crear concepciones del mundo social (p. 19).

Esta síntesis paradigmática también se manifiesta en la concepción de los *frames* que Reese defiende en otro trabajo realizado conjuntamente con Seth Lewis:

Son herramientas utilizadas por los actores sociales para estructurar la realidad, y su creación y manipulación son a menudo dirigidas por las elites que buscan reforzar su dominio discursivo. Porque tales marcos están a menudo integrados en y resuenan con la cultura cotidiana, y por lo tanto son considerados normales y naturales (Lewis & Reese, 2009, p.87).

El impacto de los *frames* con resonancias culturales subrayado aquí por Lewis & Reese (2009), y que era un aspecto clave de los trabajos pioneros dentro del paradigma construccionista (Gamson, 1992; Gamson & Lasch, 1983; Gamson & Modigliani, 1989; Snow et al., 1986), aparece como un elemento que facilita la integración entre los distintos paradigmas. Como aduce Entman (2010), los

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

estrategias de la comunicación pueden limitar las opciones discursivas al construir *frames* cuyas resonancias culturales reduzcan las posibilidades de las demás visiones en el debate público (paradigma crítico), de forma que las interpretaciones sobre los hechos se fijan con mayor consistencia a través de los encuadres que presentan elementos más cercanos a los esquemas mentales de los receptores (paradigma cognitivo), es decir, “aquellos que dominan el repertorio cultural político” (p. 344). Lo cual no entra en contradicción con la capacidad que tienen medios y audiencias para rechazar *frames* y aportar otros diferentes a los que les son propuestos (paradigma constructorista), una consideración también fuertemente asentada hoy en día en la investigación sobre *framing* (Matthes, 2012).

De todo esto se deduce que los modelos integradores conciben el *framing* como un proceso dinámico, como consecuencia de la autonomía que, en mayor o en menor grado, poseen todos los actores de la comunicación política para responder a los encuadres. Es el caso, por ejemplo, del “modelo de activación en cascada” propuesto por Entman (2004, 2012). Este modelo, aunque describe distintos niveles de influencias que componen las elites, los medios de comunicación y la opinión pública percibida, subraya un proceso de retroalimentación entre los niveles inferiores y superiores que forman la cascada. De acuerdo con Entman (2004, 2012), la congruencia cultural o carga simbólica de los *frames* es el factor más determinante de influencia en el contenido de los medios y en la activación de asociaciones mentales en los ciudadanos, pero también destaca el impacto que tienen en el proceso de *framing* las motivaciones de los medios y el poder de las elites para promover o contrarrestar los *frames*.

5. Conclusión

Este artículo defiende la necesidad de abordar los estudios sobre *framing* desde aproximaciones integradoras entre las distintas perspectivas que contribuyen a la comprensión de los procesos del encuadre aplicado al ámbito comunicativo. Para ello sostiene cómo, mediante la síntesis de aportaciones procedentes de diferentes paradigmas de investigación, en modelos teóricos integradores, se pueden potenciar los avances y tratar de reducir las limitaciones que presentan cada una de las aproximaciones por separado.

La aproximación integradora está justificada por la doble naturaleza sociológica y psicológica de los *frames*, la influencia de diferentes factores y diversos agentes en la construcción de los encuadres mediáticos, así como la existencia de distintos condicionantes que afectan al procesamiento de la información por parte de los individuos, y, en definitiva, por la interactividad que caracteriza a los procesos de comunicación e interpretación de la realidad social. Sin embargo, los esfuerzos integradores no pueden desembocar en modelos teóricos o diseños

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

metodológicos que pretendan dejar de lado la condición *multiparadigmática* de la teoría del *framing*. Con lo que la aproximación integradora que proponemos aquí no consiste en el establecimiento de un modelo definitivo con pretensiones unificadoras, que lleve a ignorar o desestimar los resultados que ofrecen las investigaciones apoyadas en otras premisas, sino en la conexión de puntos comunes entre los distintos modos de concebir y analizar el proceso de encuadre.

En este sentido, el trabajo que aquí se presenta utiliza la revisión crítica actualizada de los paradigmas cognitivo, crítico y construccionista, siguiendo la propuesta sistematizadora de D'Angelo (2002), para mostrar las limitaciones de cada una de las perspectivas, pero también nexos que se pueden establecer entre diferentes aportaciones. Así, en líneas generales, las investigaciones pueden converger, por ejemplo, en aspectos como el reconocimiento de la posibilidad que los actores participantes en el proceso de encuadre tienen de rechazar los *frames* o utilizar otros distintos a los que se les propone, la consideración de los encuadres como un reflejo de acciones estratégicas y de las luchas entre perspectivas en conflicto, o la fortaleza de los encuadres mediáticos que presentan elementos más cercanos a los esquemas mentales de los receptores.

Igualmente, podemos encontrar puntos comunes entre los *encuadres equivalentes*, los *encuadres culturales* y las distintas clases de *encuadres noticiosos* que hemos señalado en el presente trabajo, ya que todos ellos remiten a realidades ausentes en el contenido de las informaciones que tienen un origen social o cultural. Por eso, discrepamos con el posicionamiento reciente de Scheufele e Iyengar (2013) por que la investigación se centre en los encuadres equivalentes –aquellos relacionados con la introducción de pequeñas modificaciones en la presentación de las informaciones, y no con el contenido en sí mismo–, y consideramos que el estudio de otros tipos de encuadres más vinculados a convenciones y procesos socioculturales puede seguir aportando resultados fundamentales para la comprensión del *framing*.

No obstante, más allá del establecimiento de conexiones entre diferentes paradigmas de investigación o entre distintos tipos de *frames*, la aproximación integradora en los estudios sobre *framing* también se enfrenta al reto de conseguir conectar de forma coherente los modelos teóricos propuestos con diseños metodológicos que permitan ofrecer análisis de los procesos de encuadre con un alto grado de validez y fiabilidad. Por lo que en futuros estudios es necesario centrar la atención en las estrategias más adecuadas para identificar los *frames* en las coberturas mediáticas, así como para detectar sus procesos de construcción y operatividad sobre las audiencias.

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

6. Referencias

1. Amadeo, B. (1999). *La aplicación de la teoría del framing a la cobertura de la corrupción política en Argentina (1991-1996)*. Tesis doctoral sin publicar. Facultad de Comunicación, Universidad de Navarra, Pamplona, España.
2. Azpíroz, M. (2012). *Diplomacia pública. El caso de la "guerra contra el terror"*. Barcelona: UOC.
3. Bartolomé, M. & Rodríguez-Virgili, J. (2012). Pugna de frames en el debate político español sobre la situación económica (2008-2011). *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 18 (2), pp. 439-457.
4. Benford, R. & Snow, D. (2000). Framing processes and social movements: An overview and assessment. *Annual review of sociology*, pp. 611–639.
5. Bennett, W. (1990). Toward a theory of press-state relations in the United States. *Journal of Communication*, 40(2), pp. 103–127.
6. Bennett, W., Lawrence, R. & Livingston, S. (2007). *When the press fails: Political power and the news media from Iraq to Katrina*. University of Chicago Press.
7. Borah, P. (2011). Conceptual issues in framing theory: A systematic examination of a decade's literature. *Journal of communication*, 61(2), pp. 246–263.
8. Bryant, J., & Oliver, M. (2009). *Media Effects: Advances in Theory and Research*. Nueva York/Londres: Routledge.
9. Callaghan, K. & Schnell, F. (2001). Assessing the democratic debate: How the news media frame elite policy discourse. *Political Communication*, 18(2), pp. 183–213.
10. Canel, M. (2006). *Comunicación Política: Una guía para su estudio y práctica*. Madrid: Tecnos.
11. Cappella, J. & Jamieson, K. (1997). *Spiral of Cynicism: The Press and the Public Good*. Nueva York: Oxford University Press.
12. Carragee, K. & Roefs, W. (2004). The neglect of power in recent framing research. *Journal of Communication*, 54(2), pp. 214–233.
13. Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial, Madrid.
14. Chong, D. & Druckman, J. (2007a). A theory of framing and opinion formation in competitive elite environments. *Journal of Communication*, 57(1), pp. 99–118.
15. Chong, D. & Druckman, J. (2007b). Framing theory. *Annual Review of Political Science*, 10, pp. 103–126.
16. Chong, D. & Druckman, J. (2010). Dynamic public opinion: Communication effects over time. *American Political Science Review*, 104(4), pp. 663–680.
17. D'Angelo, P. (2002). News Framing as a Multiparadigmatic Research Program: A Response to Entman. *Journal of Communication*, 52(4), pp. 870–888.
18. D'Angelo, P. (2012). Studying Framing in Political Communication with an Integrative Approach. *American Behavioral Scientist*, 56(3), pp. 353-364.

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

19. D'Angelo, P. & Kuypers, J. (2010). Introduction: Doing news framing analysis. En P. D'Angelo & J. A. Kuypers (eds.), *Doing news framing analysis: empirical and theoretical perspectives*. Nueva York: Taylor & Francis.
20. D' Haenens, L. & De Lange, M. (2001). Framing of asylum seekers in Dutch regional newspapers. *Media, Culture & Society*, 23(6), pp. 847–860.
21. De Vreese, C. (2004). The effects of frames in political television news on issue interpretation and frame salience. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 81(1), pp. 36-52.
22. De Vreese, C. (2005). News framing: Theory and typology. *Information design journal*, 13(1), pp. 51–62.
23. De Vreese, C. (2012). New Avenues for Framing Research. *American Behavioral Scientist*, 56(3), pp. 365-375.
24. De Vreese, C. & Lecheler, S. (2012). News Framing Research: An Overview and New Developments. En H. Semetko & M. Scammell (eds.), *The Sage handbook of Political Communication*. Thousand Oaks, CA: Sage.
25. De Vreese, C., Peter, J. & Semetko, H. (2001). Framing politics at the launch of the Euro: A cross-national comparative study of frames in the news. *Political communication*, 18(2), pp. 107–122.
26. Domke, D., Shah, D. & Wackman, D. (1998). "Moral Referendums": Values, News Media, and the Process of Candidate Choice. *Political Communication*, 15(3), pp. 301–321.
27. Druckman, J. (2001a). The Implications of Framing Effects for Citizen Competence. *Political Behavior*, 23(3), pp. 225-256.
28. Druckman, J. (2001b). On the limits of framing effects: who can frame? *The Journal of Politics*, 63(4), pp. 1041-1066.
29. Druckman, J. (2001c). Using credible advice to overcome framing effects. *Journal of Law, Economics, and Organization*, 17(1), pp. 62–82.
30. Druckman, J. & Nelson, K. (2003). Framing and deliberation: How citizens' conversations limit elite influence. *American Journal of Political Science*, 47(4), pp. 729–745.
31. Durham, F. (2001). Breaching powerful boundaries: A postmodern critique of framing. En S. D. Reese, O. H. Gandy, & A. E. Grant (eds.), *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world*. New Jersey: Lawrence Erlbaum.
32. Edy, J. & Meirick, P. (2007). Wanted, dead or alive: Media frames, frame adoption, and support for the war in Afghanistan. *Journal of Communication*, 57(1), pp. 119–141.
33. Entman, R. (1991). Symposium framing US coverage of international news: Contrasts in narratives of the KAL and Iran air incidents. *Journal of communication*, 41(4), pp. 6-27.

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

34. Entman, R. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), pp. 51-58.
35. Entman, R. (2004). *Projections of power: Framing news, public opinion, and US foreign policy*. Chicago: University of Chicago Press.
36. Entman, R. (2007). Framing bias: Media in the distribution of power. *Journal of Communication*, 57(1), pp. 163–173.
37. Entman, R. (2010). Framing media power. En D'Angelo, P. & Kuypers, J. (Eds.), *Doing news framing analysis: empirical and theoretical perspectives*. Nueva York: Taylor & Francis.
38. Entman, R. (2012). *Scandal and Silence: Media Responses to Presidential Misconduct*. Cambridge/Malden: Polity Press.
39. Entman, R., Matthes, J. & Pellicano, L. (2009). Nature, sources and effects of news framing. En K. Wahl-Jorgensen & T. Hanitzsch (eds.), *The handbook of journalism studies*. Nueva York: Routledge.
40. Entman, R. & Rojecki, A. (1993). Freezing out the public: Elite and media framing of the US anti-nuclear movement. *Political Communication*, 10(2), pp. 155-173.
41. Gamson, W. (1988). Political discourse and collective action. *International Social Movement Research*, 1(2), pp. 219–244.
42. Gamson, W. (1989). News as framing. *American behavioral scientist*, 33(2), pp. 157–161.
43. Gamson, W. (1992). *Talking politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
44. Gamson, W. & Lasch, K. (1983). The political culture of social welfare policy. En Spiro, S. & Yuchtman-Yaar, E. (eds.), *Evaluating the welfare state. Social and political perspectives*. NY: Academic Press.
45. Gamson, W. & Modigliani, A. (1989). Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach. *The American journal of sociology*, 95(1), pp. 1–37.
46. Gans, H. J. (1979). *Deciding what's news: a study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek, and Time*. Evanston: Northwestern University Press.
47. Gerth, M. & Siegert, G. (2012). Patterns of Consistence and Constriction How News Media Frame the Coverage of Direct Democratic Campaigns. *American Behavioral Scientist*, 56(3), pp. 279–299.
48. Gitlin, T. (1980). *The whole world is watching: Mass media in the making & unmaking of the new left*. Berkeley: University of California Press.
49. Goffman, E. (2006 [1974]). *Frame analysis: los marcos de la experiencia*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
50. Gramsci, A. (1971). *Selections from the Prison Notebooks (edited and translated by Quinten Hoare and Geoffrey Smith)*. New York: International Publishers.

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

51. Hackett, R. (1984). Decline of a paradigm? Bias and objectivity in news media studies. *Critical Studies in Mass Communication*, 1(3), pp. 229-259.
52. Hallin, D., & Mancini, P. (2004). *Comparing media systems: Three models of media and politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
53. Hänggli, R. (2012). Key Factors in Frame Building How Strategic Political Actors Shape News Media Coverage. *American Behavioral Scientist*, 56(3), pp. 300–317.
54. Hänggli, R. & Kriesi, H. (2012). Frame construction and frame promotion (strategic framing choices). *American Behavioral Scientist*, 56(3), pp. 260-278.
55. Hardin, M., & Whiteside, E. (2010). Framing through a Feminist Lens. En P. D'Angelo & J. A. Kuypers (eds.), *Doing news framing analysis: empirical and theoretical perspectives*. Nueva York: Taylor & Francis.
56. Igartua, J. & Muñiz, C. (2004). Encuadres noticiosos e inmigración: un análisis de contenido de la prensa y televisión españolas. *Zer: Revista de estudios de comunicación*, 16, pp. 87-104.
57. Iyengar, S. (1991). *Is anyone responsible?: How television frames political issues*. Chicago: University of Chicago Press.
58. Johnson-Cartee, K. (2005). *News narratives and news framing: Constructing political reality*. Rowman & Littlefield Publishers.
59. Kahneman, D. (2003). A perspective on judgment and choice: mapping bounded rationality. *American psychologist*, 58(9), pp. 697-720.
60. Kahneman, D. & Tversky, A. (1984). Choices, values, and frames. *American psychologist*, 39(4), pp. 341-350.
61. Kahneman, D. & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 47(2), pp. 263–291.
62. Kinder, D. & Sanders, L. (1990). Mimicking political debate with survey questions: The case of white opinion on affirmative action for blacks. *Social cognition*, 8(1), pp. 73-103.
63. König, T. (s. f.). Framing concepts. *Frame Analysis*. Disponible en: <http://www.ccsr.ac.uk/methods/publications/frameanalysis/> (25-09-13).
64. Kuypers, J. (2002). *Press Bias and Politics: How the Media Frame Controversial Issues*. Westport, CT: Greenwood Publishing Group.
65. Kuypers, J. (2010). Framing Analysis from a Rhetorical Perspective. En J. A. Kuypers & P. D'angelo (eds.), *Doing news framing analysis: empirical and theoretical perspectives*. Nueva York: Taylor & Francis.
66. Lakatos, I. (1974). Falsification and the methodology of scientific research programmes. En Lakatos, I. & Musgrave, A. (eds.), *Criticism and the growth of knowledge*. Cambridge: Cambridge University Press.
67. Lecheler, S. & De Vreese, C. (2012). News Framing and Public Opinion A Mediation Analysis of Framing Effects on Political Attitudes. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 89(2), pp. 185–204.

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

68. Lecheler, S., De Vreese, C. & Slothuus, R. (2009). Issue Importance as a Moderator of Framing Effects. *Communication Research*, 36(3), pp. 400-425.
69. Lewis, S. & Reese, S. (2009). What is the war on terror? Framing through the eyes of journalists. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 86(1), pp. 85–102.
70. López-Rabadán, P. (2010). Nuevas vías para el estudio del framing periodístico. La noción de estrategia de encuadre. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 16, pp. 235-258.
71. López-Rabadán, P. & Vicente-Mariño, M. (2013). Propuestas de consolidación teórica y analítica para los estudios de framing en la investigación sobre comunicación política. En K. Sanders, M. J. Canel, A. Capdevila, & M. G. Gurrionero (coords.) *Estudios sobre Comunicación Política. Libro del año 2012*. Madrid: Tecnos.
72. Martin, C. & Oshagan, H. (1997). Disciplining the Workforce The News Media Frame a General Motors Plant Closing. *Communication research*, 24(6), pp. 669-697.
73. Matthes, J. (2009). What's in a frame? A content analysis of media framing studies in the world's leading communication journals, 1990-2005. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 86(2), pp. 349-367.
74. Matthes, J. (2012). Framing Politics: An Integrative Approach. *American Behavioral Scientist*, 56(3), pp. 247-259.
75. McLeod, D. & Detenber, B. (1999). Framing effects of television news coverage of social protest. *Journal of Communication*, 49(3), pp. 3–23.
76. Meyer, D. (1995). Framing national security: Elite public discourse on nuclear weapons during the Cold War. *Political Communication*, 12(2), pp. 173–192.
77. Nelson, T., Clawson, R. & Oxley, Z. (1997). Media framing of a civil liberties conflict and its effect on tolerance. *American Political Science Review*, 91(3), pp. 567–583.
78. Nelson, T., Oxley, Z. & Clawson, R. (1997). Toward a psychology of framing effects. *Political behavior*, 19(3), pp. 221–246.
79. Neuman, W., Just, M. & Crigler, A. (1992). *Common knowledge: News and the construction of political meaning*. Chicago: University of Chicago Press.
80. Olausson, U. (2009). Global warming—global responsibility? Media frames of collective action and scientific certainty. *Public Understanding of Science*, 18(4), pp. 421–436.
81. Pan, Z., & Kosicki, G. (1993). *Framing analysis: An approach to news discourse*. *Political communication*, 10(1), pp. 55–75.
82. Pan, Z. & Kosicki, G. (2001). Framing as a strategic action in public deliberation. En S. D. Reese, O. H. Gandy, & A. E. Grant (eds.), *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world*. New Jersey: Lawrence Erlbaum.

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

83. Patterson, T. E. (1993). *Out of order*. Nueva York: Knopf.
84. Price, V., Nir, L. & Cappella, J. (2005). Framing public discussion of gay civil unions. *Public Opinion Quarterly*, 69(2), pp. 179–212.
85. Price, V., Tewksbury, D. & Powers, E. (1997). Switching Trains of Thought The Impact of News Frames on Readers' Cognitive Responses. *Communication research*, 24(5), pp. 481–506.
86. Rachlin, A. (1988). *News as hegemonic reality: American political culture and the framing of news accounts*. New York: Praeger.
87. Reese, S. (2007). The framing project: A bridging model for media research revisited. *Journal of Communication*, 57(1), pp. 148–154.
88. Reese, S. (2010). Frames in a Web of Culture: The Case of the War on Terror. En P. D'Angelo y J. A. Kuypers (Eds.), *Doing news framing analysis: empirical and theoretical perspectives*. Nueva York: Taylor & Francis.
89. Rhee, J. (1997). Strategy and issue frames in election campaign coverage: A social cognitive account of framing effects. *Journal of Communication*, 47(3), pp. 26-48.
90. Sádaba, T. (2001). Origen, aplicación y límites de la "teoría del encuadre" (*framing*) en comunicación. *Comunicación y Sociedad*, 14, pp. 143-175.
91. Sádaba, T. (2006). *Framing: Una teoría para los medios de comunicación*. Pamplona: Ulzama.
92. Sádaba, T. (2008). *Framing: el encuadre de las noticias: El binomio terrorismo-medios*. Buenos Aires: La Crujía.
93. Sádaba, T. & Rodríguez-Virgili, J. (2008). Quién establece los frames: ¿fuentes o medios? El debate del Estatut en la prensa española. En J. M. Legorburu, *Estudios de Periodística XII. Fuentes Informativas: Sigilo y Transparencia*. Madrid: Universidad CEU San Pablo.
94. Sádaba, T., Rodríguez-Virgili, J. & Bartolomé, M. (2012a). La teoría del framing para el estudio de la comunicación sobre el terrorismo. En M. J. Canel (ed.), *Comunicación y terrorismo. Gobierno, medios de comunicación y ciudadanos ante las acciones terroristas*. Madrid: Tecnos.
95. Sádaba, T., Rodríguez-Virgili, J. & Bartolomé, M. (2012b). Propuesta de sistematización de la teoría del framing para el estudio y praxis de la comunicación política. *Observatorio (OBS*)*, 6(2), pp. 109-16.
96. Sádaba, T., Rodríguez-Virgili, J. & La Porte, M. (2008). La teoría del *framing* en la investigación en Comunicación Política. En M. J. Canel & M. G. Gurrionero (eds.), *Estudios de Comunicación Política. Libro del año 2008*. Madrid: Universidad Complutense.
97. Schemer, C., Wirth, W. & Matthes, J. (2012). Value Resonance and Value Framing Effects on Voting Intentions in Direct-Democratic Campaigns. *American Behavioral Scientist*, 56(3), pp. 334-352.
98. Scheufele, B. & Scheufele, D. (2010). Of Spreading Activation, Applicability, and Schemas. En D'angelo P. & Kuypers, J. (Eds.), *Doing news framing*

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

- analysis: empirical and theoretical perspectives*. New York: Taylor & Francis.
99. Scheufele, D. (1999). Framing as a theory of media effects. *Journal of communication*, 49(1), pp. 103–122.
 100. Scheufele, D. & Iyengar, S. (2013). The state of framing research: a call for new directions. En K. Kenski & K. H. Jamieson (eds.), *The Oxford Handbook of Political Communication Theories*. Nueva York: Oxford University Press. Recuperado de <http://www.babylonconsult.ro/app/webroot/files/offer/519a15362d58a.pdf> (11-10-13).
 101. Schudson, M. (2003). *The sociology of news*. New York: Norton.
 102. Semetko, H. & Valkenburg, P. (2000). Framing European politics: A content analysis of press and television news. *Journal of communication*, 50(2), pp. 93–109.
 103. Shah, D., Domke, D. & Wackman, D. (1996). "To Thine Own Self Be True" Values, Framing, and Voter Decision-Making Strategies. *Communication Research*, 23(5), pp. 509-560.
 104. Shah, D. V., Watts, M. D., Domke, D., & Fan, D. P. (2002). News framing and cueing of issue regimes: Explaining Clinton's public approval in spite of scandal. *Public Opinion Quarterly*, 66(3), pp. 339-370.
 105. Shoemaker, P., & Reese, S. (1996). *Mediating the message*. NY: Longman White Plains.
 106. Sniderman, P. & Theriault, S. (2004). The structure of political argument and the logic of issue framing. En W. E. Saris & P. M. Sniderman (eds.), *Studies in Public Opinion: Attitudes, Nonattitudes, Measurement Error, and Change*. Princeton University Press.
 107. Snow, D. & Benford, R. (1988). Ideology, frame resonance, and participant mobilization. *International social movement research*, 1(1), pp. 197–217.
 108. Snow, D. et al. (1986). Frame alignment processes, micromobilization, and movement participation. *American sociological review*, 51, pp. 464–481.
 109. Surette, R. (2010). *Media, Crime, and Criminal Justice: Images, Realities, and Policies*. Cengage Learning.
 110. Swidler, A. (1986). Culture in action: Symbols and strategies. *American sociological review*, 51(2), pp.273–286.
 111. Tankard, J. W. (2001). The empirical approach to the study of media framing. En S. D. Reese, O. H. Gandy, & A. E. Grant (eds.), *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world*. New Jersey: Lawrence Erlbaum.
 112. Tuchman, G. (1983 [1978]). *La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad*. Barcelona: Gustavo Gili.
 113. Van Gorp, B. (2007). The constructionist approach to framing: Bringing culture back in. *Journal of communication*, 57(1), pp. 60–78.

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

114. Van Gorp, B. (2010). Strategies to take subjectivity out of framing analysis. En P. D'Angelo & J. A. Kuypers (eds.), *Doing News Framing Analysis: Empirical and Theoretical Perspectives*. NY: Taylor & Francis.
115. Van Os, R., Van Gorp, B. & Wester, F. (2008). Successful Joint Venture or out of Control? Framing Europe on French and Dutch Websites. *Electronic Journal of Communication/La Revue Electronique de Communication*, 18(1).
116. Vicente-Mariño, M. & López-Rabadán, P. (2009). Resultados actuales de la investigación sobre framing: sólido avance internacional y arranque de la especialidad en España. *Zer-Revista de Estudios de Comunicación*, 14(26), pp. 13–34.
117. Vliegthart, R. (2012). Framing in Mass Communication Research—An Overview and Assessment. *Sociology Compass*, 6(12), pp. 937–948.
118. Vliegthart, R. & Zoonen, L. (2011). Power to the frame: Bringing sociology back to frame analysis. *European Journal of Communication*, 26(2), pp. 101-115.
119. Wettstein, M. (2012). Frame Adoption in Referendum Campaigns The Effect of News Coverage on the Public Salience of Issue Interpretations. *American Behavioral Scientist*, 56(3), pp. 318-333.
120. Wolfsfeld, G. (1997). *Media and political conflict: News from the Middle East*. Cambridge: Cambridge University Press.