

## O FRAMING: UM PROGRAMA DE PESQUISA PARA O ESTUDO DAS COMUNICAÇÕES MÍDIÁTICAS

*FRAMING: A RESEARCH PROGRAM FOR MEDIA COMMUNICATIONS  
STUDIES*

*EL FRAMING: UN PROGRAMA INVESTIGACIÓN PARA EL ESTUDIO DE  
LAS COMUNICACIONES MEDIÁTICAS*

Nadia Koziner  
CONICET-UNQ- IEALC/UBA  
nadiakoziner@gmail.com

### Resumo

Este artigo tem como objetivo fazer uma revisão crítica e atualizada, embora não exaustiva, do *Framing*, entendido como um programa multiparadigmático de pesquisa (D'ANGELO, 2002, 2012) que trata o processo de comunicação midiática de forma holística, de duas maneiras: em primeiro lugar, permite desenvolver um modelo que integra todos os níveis de comunicação (MATTHES, 2010; REESE, 2007); segundo, ele funciona como uma meta-teoria composta por diferentes posturas teóricas e paradigmas. Assim, ele fornece ferramentas teóricas pela pesquisa de cada instância de comunicação por separado. Neste último sentido, o trabalho apresenta uma proposta teórica e metodológica para a análise dos *frames* das notícias, uma vez que estes constituem o ponto de partida da família de pesquisas abrangentes de *framing* (VAN GORP, 2007).

**Palavras-chave:** Mídia. *Framing*. Programa de investigação.

### Abstract

This article aims to provide a critical and updated review, though not exhaustive, of *Framing*, understood as a multiparadigmatic research program (D'ANGELO, 2002, 2012) which studies the media communication process from an integrative approach, in two ways: first, it enables to develop a model that integrates all levels of communication (MATTHES, 2010; REESE, 2007); second, it works as a meta-theory composed of different theoretical positions and paradigms. Thus, it provides tools to research each separate instance of communication. In the latter sense, this paper sets out a theoretical and methodological proposal for the analysis of news frames, since these constitute the starting point for the family of comprehensive research of framing (VAN GORP, 2007).

**Keywords:** Media. *Framing*. Research Program.

### Resumen

Este artículo tiene como objetivo realizar una revisión crítica y actualizada -aunque no exhaustiva-, del *Framing*, entendido como un programa de investigación multiparadigmático (D'ANGELO, 2002, 2012) que aborda el proceso comunicacional mediático de manera integral, en un doble sentido: primero, permite elaborar un modelo que integre todas las instancias de la comunicación (MATTHES, 2010; REESE, 2007); porque funciona como una meta-teoría integrada por distintas posturas teóricas y paradigmas. Así, provee de

herramientas teóricas para la investigación de cada instancia comunicacional por separado. En este último sentido, el trabajo enuncia una propuesta teórico-metodológica para el análisis de los *frames* noticiosos, dado que estos constituyen el punto de partida de la familia de investigaciones integrales de *framing* (VAN GORP, 2007).

**Palabras clave:** Medios de comunicación, *Framing*, programa de investigación.

## 1. INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación son actores cruciales en la vida de las sociedades contemporáneas. Mediante los asuntos que tratan, el lenguaje y los formatos que utilizan, transmiten a la vez que recrean valores, intereses y saberes compartidos por la comunidad en la que se desempeñan. Por ello, su papel no puede ser reducido al de meros canales transmisores de una realidad externa y objetiva, pero tampoco amplificado hasta otorgarles la potestad de ser constructores absolutos de esa realidad (RODRIGO ALSINA, 1993).

En efecto, los *mass media* son considerados aquí co-productores públicamente relevantes de la realidad social, en tanto contribuyen a configurar la textura general de la experiencia de las personas (SILVERSTONE, 2004). Estos constituyen una dimensión fundamental de las prácticas sociales en virtud de su ubicuidad y de su cotidianidad, así como de la capacidad de conectar a las audiencias con hechos de su entorno que trascienden las propias vivencias (FISHMAN, 1983). Sus contenidos proveen marcos para el pensamiento y la acción.

Ahora bien, el rol de co-productores de la realidad no puede ser escindido del carácter de actores políticos de los medios (BORRAT, 1989) con intereses particulares, los cuales se despliegan en un campo atravesado por relaciones de poder. Estos participan activamente en el desarrollo del proceso político y elaboran representaciones de la sociedad en cuyo espacio intervienen (KIRCHER, 2005). Dichas representaciones se plasman en los modos en que seleccionan, organizan y le dan sentido a los acontecimientos que convierten en noticias.

En este marco, el presente artículo tiene dos propósitos. El primero consiste en desarrollar conceptualmente las características del *Framing* (Encuadre), entendido como un enfoque teórico y epistemológico fructífero para aproximarse a la producción, circulación y reproducción del sentido a partir de los medios masivos. La segunda finalidad es proponer un abordaje teórico-metodológico para el análisis de los *frames* presentes en los textos noticiosos, pues estos constituyen el punto de partida de las investigaciones sobre *Framing* (VAN GORP, 2007). El cumplimiento de estos objetivos se lleva a cabo mediante una revisión crítica de bibliografía académica actualizada.

El recorrido propuesto va de lo particular a lo general:

En primer lugar, se avanza en la definición teórico-epistemológica del *Framing* en comunicación. De acuerdo con el planteo de D'Angelo (2002, 2012), se propone comprenderlo como un programa de investigación multiparadigmático capaz de proporcionar herramientas teóricas y metodológicas que permitan abordar el fenómeno comunicacional de manera integral, entendido en su doble acepción.

En segundo término, se formulan dos definiciones complementarias de distinto grado de abstracción con la intención de proveer una posible guía para el trabajo empírico en el análisis de coberturas mediáticas. La primera es una definición conceptual de *frames* (REESE, 2001) y la segunda, una definición operacional de *framing* (ENTMAN, 1993). Se desmenuzan los términos que componen cada una de ellas y se avanza en la operacionalización de la segunda.

## 2. DESARROLLO

Los términos *frame* y *framing* se han convertido en palabras clave de la investigación en comunicación política (MATTHES, 2010). Ambos son considerados conceptos fundamentales por su potencial para habilitar una comprensión holística del proceso comunicacional, a partir de la creación de herramientas teóricas capaces de acercar distintas áreas de investigación.

La riqueza epistemológica y la variedad conceptual que sustentan el *Framing* en comunicación han derivado en un sinnúmero de debates entre distintas posturas teóricas. Estas van desde caracterizarlo como un “paradigma fracturado” que adolece de conceptualizaciones inequívocas (ENTMAN, 1993; VAN GORP, 2007), a reconocerle la potencialidad explicativa de una transdisciplina capaz de conectar áreas tradicionalmente compartimentadas en la investigación del proceso comunicativo y de proporcionar, así, un modelo integrador (REESE, 2001, 2007).

En esta última línea, D'Angelo (2002) ha afirmado que el *Framing* constituye una meta-teoría que abarca los distintos paradigmas de la comunicación –el cognitivo, el constructivista y el crítico–, por lo cual se trataría más bien de un programa de investigación. El enfoque desplegado en esta sección parte de esta postura, pues que los conceptos que aquí se proponen deben ser pensados como aportes específicos para el estudio de una o más instancias de la comunicación que, a la vez, “encajan en” (*fit in*) un cuerpo mayor de investigaciones.

Las definiciones de *frame* y *framing* que diversos investigadores acuñaron a lo largo de más de veinticinco años, han variado significativamente en virtud de la postura teórico-epistemológica desde la cual fueron formuladas. Numerosos trabajos dan cuenta de esta situación a través de la elaboración de exhaustivos estados de la cuestión que organizan los estudios del campo (AMADEO, 2008; ARUGUETE, 2011; D'ANGELO, 2012; MARIÑO; LÓPEZ RABADÁN, 2009; MATTHES, 2012; MUÑIZ, 2007; SÁDABA; VIRGILI; CASTRO, 2012; SCHEUFELE; IYENGAR, 2012).

Según Sádaba et al. (2012), la mayor parte de los estudios empíricos que se llevan a cabo desde la perspectiva del *Framing* “aluden a definiciones y visiones del concepto que utilizan para componer la presentación de su trabajo sin que se convierta(n) en principios que guíen la investigación” (p. 111). En el mismo sentido, se despliegan clasificaciones heterogéneas de los *frames* y se los aborda desde muy variadas aproximaciones metodológicas.

En vistas de esta recurrente dificultad, se recogen dos definiciones complementarias – una conceptual; la otra, operacional– de distinto grado de abstracción. Ambas se articulan lógicamente con el objetivo de ofrecer una posible guía que oriente el trabajo empírico en los análisis de cobertura mediática. Antes de desplegarlas, se considera conveniente desarrollar la postura teórico-epistemológica en la cual ambas se encuadran, teniendo en cuenta las discusiones que atraviesan al *Framing* en comunicación.

## 2.1. El *Framing* como un programa de investigación integral

La definición del *Framing* como perspectiva integral requiere detenerse en la doble acepción del término “integral”. Según la Real Academia Española (2001), integral significa, al menos, dos cosas: 1) Global, total; 2) Dicho de cada una de las partes de un todo: que entra en su composición sin serle esencial, de manera que el todo puede subsistir, aunque incompleto, sin ella. Si bien se trata de definiciones complementarias, estas se distinguen en algo importante: la primera hace hincapié en la capacidad de reunir o englobar diferentes partes para constituir un todo comprensivo y coherente, mientras la segunda se relaciona con cuán bien un elemento encaja en un todo que está situado fuera de él y lo completa (D'ANGELO, 2012).

Para D'Angelo (2012), la integralidad del *framing* debe incorporar ambas acepciones, tanto la que alude a la aptitud de “encajar” como la referida a la de “reunir”. La mayor parte de los trabajos, se enfocan exclusivamente en el *framing* como proceso capaz de trazar una pintura completa del proceso comunicacional (MATTHES, 2012) y reunir, así, todas las instancias de la

comunicación en un mismo estudio, estandarizando definiciones, modelos teóricos y modos de medir los *frames*.

Desde la mirada meta-teórica que incluye el significado “encajar en”, no solo resulta aceptable sino también deseable que coexista en el campo académico una variedad de definiciones sobre los *frames* y el *framing*, dado que los conocimientos acerca de estos fenómenos y la evolución de sus definiciones conceptuales y operacionales se nutren de esa diversidad. A nivel práctico, esta postura teórica habilita al investigador del Encuadre a reunir significativamente los conceptos y procedimientos metodológicos que necesita para producir una pieza sólida de investigación sobre una porción del proceso de comunicación (D’ANGELO, 2012).

Pueden rastrearse ambas aproximaciones integradoras en acción –o en tensión– en un mismo trabajo empírico a la luz del rol que estas desempeñan en el desarrollo de la teoría, la explicación de los conceptos y en los diseños operacionales. Para llevar a cabo un estudio integral en el sentido de “reunir” –el cual implica desarrollar un marco teórico para determinadas preguntas de investigación e idear un plan operacional apropiado para la recolección y el análisis de datos– es necesario adoptar primero, y comunicarla efectivamente en el trabajo, una noción de *frame* o *framing* desde el punto de vista de “encajar en”. Al mismo tiempo, las teorías, los conceptos, y los abordajes metodológicos elaborados en función de objetivos de investigación se insertan en un modelo que despliega y define comprensiva aunque provisionalmente el proceso comunicacional desde la perspectiva del *Framing*. Para D’Angelo (2012), esta actitud “encapsula la batalla” que diversos estudios libran en sus revisiones teóricas, donde se plantea que la “dispersión” de sus definiciones ha puesto en “problemas” a esta corriente.

Ahora bien, desde esta perspectiva, el *Framing* no puede ser considerado un “paradigma fracturado” en los términos planteados por Entman (1993), dado que forzar un entendimiento común entre disciplinas y aproximaciones diversas acabaría siendo contraproducente para la comprensión del proceso. Por este motivo, resulta más apropiado entenderlo como “programa de investigación multiparadigmático” (D’ANGELO, 2002, 2012; MARÍN ALBALADEJO; ZAMORA MEDINA, 2014; MATTHES, 2012).

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 (...) La diversidad teórica y paradigmática ha conducido a una visión comprensiva del proceso de encuadre, no a descubrimientos

fragmentados en agendas de investigación aisladas (D'ANGELO, 2002, p. 871).

La postura se apoya en la propuesta de Lakatos (1974), para quien los programas de investigación deben ser comprendidos como ambientes al interior de los cuales crecen los conocimientos acerca de un fenómeno. Un programa de investigación apoya la competencia entre distintas corrientes teóricas a la vez que provee criterios para evaluar las teorías individuales a la luz de nuevos datos. El *Framing*, entendido de esta manera, ha sido capaz de “juntar a compañeros de cama extraños que difieren entre sí en importantes supuestos filosóficos” (RESSE, 2007, p. 149). Así, se ha nutrido de los conocimientos provenientes de los tres paradigmas propios de la comunicación –el cognitivo, el constructivista y el crítico– permitiendo un conocimiento global de todas las facetas del proceso de encuadre.

El paradigma cognitivo centra su atención en la comprensión de los modos en los cuales los *frames* mediáticos son capaces de operar sobre los esquemas mentales de los individuos –sus conocimientos previos, experiencias, emociones y creencias personales– e incidir en la interpretación que estos hacen de los asuntos públicos y en las decisiones que toman en relación con ellos (PRICE; TEWKSBURY; POWERS, 1997). Los *frames* son considerados variables independientes capaces de generar efectos en las audiencias, aunque estos resulten de un proceso de negociación entre el individuo y los textos.

El paradigma crítico parte de la debilidad señalada a los estudios cognitivistas. Desde la perspectiva crítica, los *frames* no surgen y se desarrollan en el vacío, por lo que se reclama tomar en consideración el contexto en donde nacen, las relaciones de poder que se plasman en los textos de los medios (*frame building*) y las consecuencias sociales provocadas por ese proceso (GITLIN, 2003; TUCHMAN, 1983). La visión crítica se sostiene en la idea de que los *frames* que los periodistas plasman en los textos sirven a los intereses de las élites y colaboran, así, en la reproducción de su hegemonía ideológica en la sociedad (GITLIN, 2003)<sup>1</sup>. Sin embargo, no se trata necesariamente de un proceso deliberado. Tal como fue señalado por Tuchman (1983), las rutinas profesionales de los periodistas, apoyadas en mecanismos institucionales y presentadas como procedimientos “objetivos”, contribuyen a legitimar el *statu quo*. En esta línea, se afirma que los *frames* promovidos por las fuentes

<sup>1</sup> Las investigaciones filiadas en el paradigma crítico son deudoras del concepto de hegemonía de Antonio Gramsci (1971), que alude a la estructura ideológica gracias a la cual permanece y se legitima el orden político establecido. La prensa, como institución cultural, difunde las posturas dominantes en el pensamiento social.

oficiales y por actores económica y culturalmente poderosos tienen una mayor presencia en los contenidos mediáticos (GANS, 2004).

Una de las principales observaciones que se hacen al paradigma crítico es su tendencia a definir el proceso de Encuadre como una forma de imponer a la sociedad “unos símbolos que no le son propios” (SÁDABA, 2008, p. 152), reduciendo el papel del periodista al de mero transmisor de intereses que le son ajenos y descuidando el origen sociocultural de los *frames*, en cuya dinámica de funcionamiento también participan activamente las audiencias.

El tercer paradigma, llamado constructivista, comprende al *framing* como un proceso dinámico e interactivo de construcción de la realidad social. En este sentido, los *frames* son conceptualizados como paquetes de recursos simbólicos o “colecciones de herramientas” (D’ANGELO, 2002, p. 877) para la interpretación de los asuntos públicos (REESE, 2007). Esta cobra forma a partir de imágenes y significados insertos en las representaciones plasmadas en los medios de comunicación, pero también intervienen otros factores, como las experiencias personales, las características del asunto, las identificaciones culturales previas o la memoria colectiva de una comunidad (GAMSON; MODIGLIANI, 1989; NEUMAN et al., 1992). A la vez, las informaciones publicadas por los medios se ven influidas tanto por las características individuales de los periodistas, las rutinas profesionales y los factores organizacionales, como por elementos externos. Entre ellos, Shoemaker y Reese (1996) sitúan a los otros medios de comunicación, la relación con las fuentes de información, la acción de los grupos de interés, las políticas públicas y la industria en la cual se insertan.

Según la perspectiva constructivista, las convenciones culturales y las tradiciones narrativas plasmadas en las noticias son el espacio privilegiado para el funcionamiento de los *frames* (GAMSON; MODIGLIANI, 1989; VAN GORP, 2007), que se expresan como patrones persistentes en la definición de los asuntos, el establecimiento de sus causas, implicancias y posibles soluciones (ENTMAN, 1993). Cuanto mayores sean las resonancias culturales que estos provocan en la audiencia, mayor será el éxito que obtengan a la hora de activar los esquemas de los individuos que integran una comunidad. Sin embargo, ello no quiere decir que el *framing* no sea un proceso dinámico, dado que los *frames* funcionan en circunstancias cambiantes (MARÍN ALBALADEJO; ZAMORA MEDINA, 2014).

La aproximación constructivista parece ofrecer mejores herramientas para una perspectiva integral en los dos sentidos del término: por habilitar una mirada completa para el análisis del proceso de *framing* y por generar la producción de investigaciones focalizadas en distintas instancias, que “encajen en” un programa más amplio. Desde esta visión, los sentidos sociales son producto de una negociación en la cual resulta fundamental el contexto político y

cultural donde se produce el mensaje, así como las características de los medios, de las audiencias y de las representaciones plasmadas en los textos mediáticos.

No obstante, el *Framing* entendido como programa de investigación integral identifica aportes teóricos y metodológicos valiosos en los abordajes surgidos de los tres paradigmas con el objetivo de abordar el proceso activo de creación, selección y moldeado de los *frames*. Reconoce además la posibilidad de incorporar elementos provenientes de distintos paradigmas en un mismo estudio, tal como sugieren D'Angelo (2002) y Reese (2007, 2010).

Más allá de la perspectiva multiparadigmática que este amplio programa de investigación comprende, debe tenerse en cuenta que no cualquier concepción puede ser contenida en él. Se necesita de una serie de premisas que conforman el “núcleo duro” de la exploración (D'ANGELO, 2002; MATTHES, 2012). Es decir, proposiciones teóricas esenciales compartidas por todos los investigadores del *Framing* que se incluyen en él. Descartar estas ideas implica el abandono de todo el programa.

Para D'Angelo (2002), el núcleo duro del *framing* puede sintetizarse en cuatro conjeturas presentes en mayor o menor grado en los distintos estudios. En primer lugar, los *frames* pueden ser entendidos como unidades temáticas dentro de las noticias que son transportadas por diversos dispositivos de encuadre. El contenido de estos *frames* “amalgama ítems textuales –palabras e imágenes– con el tratamiento contextual que estos reciben de los dispositivos de encuadre. Los encuadres son considerados, entonces, ontológicamente distintos al tópico de la historia” (p. 873), que refiere más bien al tipo de experiencia de la cual trata el relato (PAN; KOSICKI, 1993).

En segundo lugar, independientemente del tópico del que se trate, los *frames* noticiosos “son causas primeras que moldean diversos niveles de la realidad” (p. 873), poderosas claves discursivas capaces de impactar en el conocimiento, en la socialización individual a través de la discusión interpersonal, en la formación de la opinión pública y en la utilización que determinados grupos hacen de los medios para lograr sus objetivos. Tal como afirma Entman (1993), “cualquiera sea su uso específico, el *framing* ofrece un modo consistente de describir el poder en un texto comunicativo” (p. 51).

La tercera premisa del programa de investigación del *framing* de los medios de comunicación sostiene que los encuadres noticiosos interactúan con aquellas conductas cognitivas y sociales que han moldeado en primer lugar. En parte, esta conjetura reposa en la doble dimensión del *frame*, entendido como esquemas individuales que intervienen en el procesamiento de la información y como dispositivos insertos en el discurso (VAN GORP, 2007).



Por último, D'Angelo (2002) afirma en su cuarta premisa que los *frames* le dan forma a “los diálogos públicos sobre cuestiones políticas” (p. 874). En este sentido, se le reconoce al periodismo un vínculo con los principios del pluralismo<sup>2</sup>. A pesar de que varias refutaciones al pluralismo clásico conducen a tomar en cuenta las funciones democráticas de modo más realista (HELD, 1987, citado en D'ANGELO, 2002), los investigadores del *framing* coinciden en señalar el rol que los medios desempeñan como transmisores de información que capacita a los ciudadanos en la comprensión de las dinámicas políticas y en la toma de decisiones.

En función de las conjeturas que sostienen al programa de investigación del *framing* de los medios, la propuesta para el trabajo empírico que se propone aquí se ubica en lo que Van Gorp (2007) define como el punto de partida de la familia de investigaciones integrales de *framing*. Es decir, en la identificación y análisis de los encuadres mediáticos en el discurso informativo.

## 2.2. Definición conceptual

Stephen Reese (2001) elaboró una de las conceptualizaciones más completas del término *frame*. Se trata de una “definición general” (MATTHES, 2009). Es decir que, aunque resulta sumamente útil en términos teóricos, deja abierta la cuestión de la operacionalización que es necesario llevar a cabo para identificar los modos en que los *frames* se manifiestan en los textos.

El proceso de encuadre se relaciona directamente con los modos en que los intereses, los comunicadores, las fuentes y la cultura se combinan para producir formas coherentes de comprender el mundo, que son desarrolladas usando los recursos simbólicos verbales y visuales disponibles. En este marco, define a los *frames* como “*principios organizadores socialmente compartidos y persistentes en el tiempo, que trabajan simbólicamente para estructurar el mundo social de modo significativo*”<sup>3</sup> (REESE, 2001, p. 11).

Al referirse a los *frames* como *principios*, Reese hace hincapié en el carácter abstracto del concepto, que no puede ser homologable a su manifestación simbólica. Así, el texto noticioso es una de las superficies en las cuales los *frames* cobran forma, de modo que constituye una de las vías de indagación para identificar el principio latente que produce una de las formas de encuadrar una historia. El discurso mediático es entendido como un

<sup>2</sup> El término se refiere a lo que Hallin y Mancini (2008) definieron como “pluralismo interno” (p. 27), que alude a la variedad de opiniones, tendencias y puntos de vista que cada producto noticioso debería representar. El “pluralismo externo” es el conseguido en el sistema de medios de comunicación en su conjunto.

<sup>3</sup> El énfasis pertenece al original.

conglomerado de ideas organizadoras entrelazadas que compiten por dominar el texto. También es posible examinar cuáles son los principios sostenidos por periodistas o patrocinadores de *frames*, quienes dan lugar a ciertas maneras particulares de expresarlos.

En efecto, los *frames* deben ser vistos como principios abstractos, herramientas o esquemas de interpretación que trabajan a través de los textos mediáticos para estructurar el sentido social. Varios autores desarrollaron sus argumentos en esta línea. Gamson y Modigliani (1989), por ejemplo, definieron al *frame* como una “idea organizadora central” que le da sentido a los acontecimientos. Estos principios interpretativos se vuelven manifiestos en el discurso mediante dispositivos simbólicos –metáforas, ejemplos, imágenes visuales, eslóganes– que constituyen los múltiples modos en los que puede aparecer el principio subyacente.

En tanto principios organizadores, los *frames* pueden ser entendidos como “pistas” capaces de ser halladas en el discurso mediático, en los individuos y en las prácticas sociales y culturales. En sintonía con esta idea, Entman (1993) expresa que es posible localizar los *frames* en los comunicadores, en los textos, en el receptor y en la cultura, donde hay un repertorio compartido de patrones de cognición, percepción e interpretación que provee el vínculo entre producción y recepción de noticias (ARUGUETE; KOZINER, 2014). Más allá de que sea necesario considerar qué aspectos de la información fueron incorporados y qué otros, excluidos del texto noticioso, es importante considerar los principios que “naturalmente” conducen a incluir o desechar esos aspectos, de tal modo que dicha exclusión pase desapercibida (REESE, 2001).

Desde la perspectiva de Gitlin (2003), los *frames* forman parte de estructuras ideológicas mucho más amplias. Ignorar el principio que da lugar a los encuadres implica interpretar el texto noticioso de manera literal y, en cierto modo, ser “engañado” por el contenido manifiesto. Por otra parte, centrar la atención en el principio organizador subyacente debería permitir comprender que aquello que se lee en el texto es producto de varios principios interrelacionados que compiten entre sí y que provienen de distintas fuentes en tensión, así como de los propios profesionales de los medios de comunicación. Desde esta perspectiva “un *frame* es un momento en una cadena de significados” (REESE, 2001, p. 14).

Mientras las fuentes promueven que ciertos “acontecimientos” se conviertan en “noticias”, los periodistas buscan información noticiable, es decir, que se ajuste a ciertos formatos para poder publicarla. En ese contexto, los *frames* designan un número de momentos en los cuales es posible situar un principio organizador que opera para moldear la realidad social. El eje de la indagación del analista se halla en la capacidad interpretativa que le

permite poner en cuestión aquellas definiciones de los hechos que aparecen como obvias o auto-evidentes e identificar, así, los principios que las organizan.

El término *organizadores* alude al hecho de que el proceso de *framing* varía según cuán exitosa, exhaustiva y completamente sea organizada la información (ARUGUETE, 2011). Según Reese (2001), son dos las formas en las cuales se despliega dicho proceso para generar sentido: la cognitiva y la cultural. La primera se relaciona con la dinámica psíquica que promueven los *frames*. Estos “invitan” a pensar acerca de un fenómeno social de determinada manera, por lo general, apelando a prejuicios psicológicos básicos. Distintos estudios dieron cuenta de los efectos que provoca en la audiencia la información que enfatiza, por caso, aspectos negativos o positivos, lo individual o lo colectivo, lo episódico o lo temático, los ganadores o los perdedores (IYENGAR, 1991; KAHNEMAN; TVERSKY, 1984).

La dimensión cognitiva fue abordada por las investigaciones centradas en los efectos que los *frames* producen en los pensamientos, actitudes y comportamientos de las audiencias (CAPPELLA; JAMIESON, 1996; CHONG; DRUCKMAN, 2007). El interés de estos trabajos consiste en indagar en qué medida y de qué modos los *frames* de las noticias pueden invocar determinados esquemas mentales e influir en la interpretación que los ciudadanos hacen de los asuntos públicos (PRICE; TEWKSURY; POWERS, 1997).

Van Gorp (2007) distinguió entre *frames* y esquemas. Los segundos –definidos como colecciones de conocimiento organizado– se desarrollan gradualmente, se vuelven más complejos y están relacionados con experiencias personales asociadas a sentimientos. Los esquemas ayudan a los individuos tanto a lidiar con la afluencia de nuevas informaciones como a recuperar información almacenada en la memoria (GRABER, 1988). Los *frames*, por el contrario, son más estables, dado que son parte de la cultura. Por esa razón, constituyen definiciones interpretativas más amplias de la realidad social e interactúan con los esquemas – más dinámicos–, “proporcionando una ‘base’ que alinea los esquemas que los participantes de la interacción traen consigo” (BENFORD; SNOW, 2000, p. 614)

La dimensión cultural refiere a una comprensión más amplia de los *frames*, dado que ellos condensan y convocan un vasto mundo de significados que trasciende los textos y que hace pie en ellos. Por esa razón, Reese (2001) los denomina *frames* estratégicos o “*metaframes*”. Estos son parte de la cultura, entendida como un conjunto organizado de creencias, mitos, estereotipos, valores, normas, encuadres que son compartidos en la memoria colectiva de un grupo o sociedad (ZALD, 1996, citado en VAN GORP, 2007).

Justamente porque la cultura es comprendida como la base primaria de la constitución del conocimiento, el sentido y la comprensión del mundo exterior (HALL, 1997), es posible identificar en ella una colección compartida de *frames* que se ubica entre la producción y el consumo de las noticias. Desde este punto de vista, el *framing* refiere, de un lado, a los modos en los cuales los periodistas moldean la información con un encuadre familiar de referencia y de acuerdo a alguna estructura latente de sentido y, por el otro lado, a la audiencia que adopta esos encuadres e interpreta el mundo de formas similares a como lo ven los periodistas (TUCHMAN, 1983). Los *frames* no pueden ser comprendidos fuera de la cultura en la cual surgen y se desarrollan.

En este sentido, y desde una mirada constructivista, los *frames* son vistos como paquetes de recursos simbólicos o “cajas de herramientas” para la interpretación de los asuntos públicos (D’ANGELO, 2002). En consecuencia, circulan en el mundo social diferentes construcciones simbólicas que compiten entre sí y que orientan las percepciones de los individuos ayudándolas a dotar de un determinado sentido a los hechos y acontecimientos (GAMSON; MODIGLIANI, 1989; GAMSON, 1992).

Las interpretaciones y los juicios que las personas hacen sobre la realidad social no solo se conforman a partir de imágenes y significados presentes en las representaciones simbólicas transferidas por los medios de comunicación. En el proceso intervienen también otros factores como las experiencias personales, las conversaciones con otros individuos, las identificaciones culturales previas o la memoria social compartida del colectivo de pertenencia (GAMSON; MODIGLIANI, 1989; NEUMAN; JUST; CRIGLER, 1992).

En esa línea, Reese (2001) considera a los *frames* como socialmente *compartidos*, reforzando el énfasis en el aspecto cultural. Puesto que parte de su potencia como elementos comunicables y significativos reside que sean compartidos, la pregunta por el grado en que esto ocurre resulta fundamental para conocer el tipo de *frames* que promueven los textos de los medios y cuál es su alcance. En este sentido, la aceptación y generalización de un encuadre mediático depende de la interacción entre los conocimientos de la audiencia y los textos para producir un “sentido negociado” (Reese, 2001).

El carácter *persistente* que se le adjudica a los *frames* supone que la importancia de su significado reposa sobre su durabilidad, su persistencia y su uso recurrente a lo largo del tiempo. Al definir a los *frames* como formas rutinarias y duraderas, Gitlin (2003) también reconoce una resistencia a la transformación. La idea de la persistencia sugiere que estos se convierten en una especie de “segunda naturaleza” incorporada en los modos de hacer y decir

las cosas. Muchas veces, esta persistencia se extiende no solo en el tiempo sino también a través de las distintas instancias del proceso comunicacional (REESE, 2007).

Al decir que los encuadres trabajan *simbólicamente*, se alude a que estos se revelan en formas simbólicas de expresión. Por consiguiente, aproximarse a ellos alienta el estudio del discurso, su organización simbólica. Ciertamente, el campo de los textos de los medios ha sido en el que se ha realizado el mayor número de investigaciones dado que, según Reese (2001), los *frames* mediáticos representan la mejor evidencia de los *frames*: estos “está(n) distribuido(s) a lo largo del terreno simbólico de un número de noticias” (p. 17). Es por ello que los medios masivos constituyen una vía de entrada especialmente relevante.

A pesar de la gran cantidad de trabajos que indagan en el discurso informativo, los investigadores coinciden en señalar la falta de acuerdo en torno a los modos en los cuales las distintas figuras simbólicas se entretajan en el discurso para constituirse en *frames*, así como sobre el abordaje metodológico más adecuado para identificarlos (MATTHES; KOHRING, 2008; MATTHES, 2009; REESE, 2001). Los modos en que las investigaciones comprenden el contenido simbólico y encaran la medición de los *frames* impactan en los tipos de análisis y las conclusiones a las que puede arribarse desde la perspectiva del Encuadre.

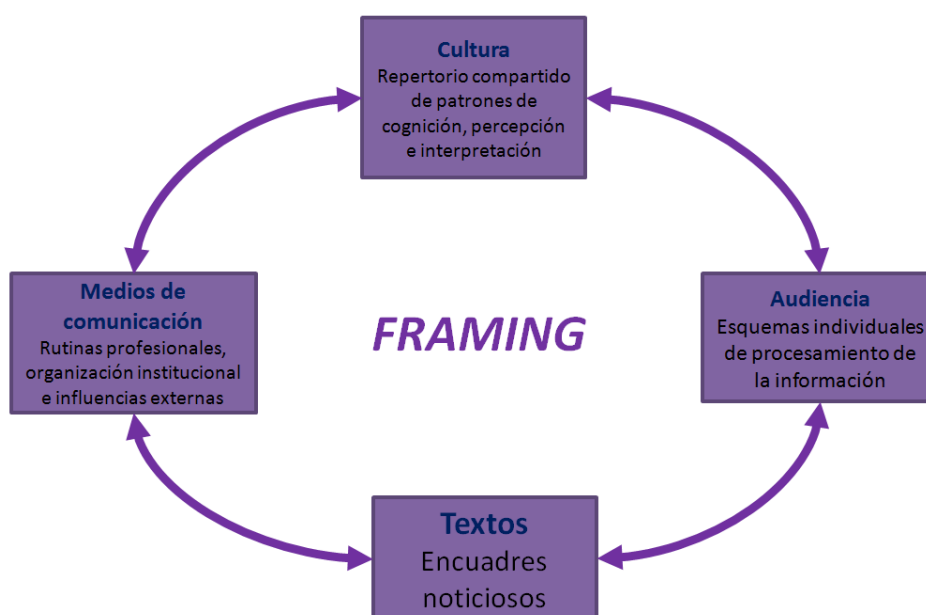
La capacidad que los *frames* tienen de *estructurar* el mundo social de modo significativo refiere a que estos proveen patrones identificables de sentido, constituidos por dispositivos de carácter simbólico (Reese, 2001). Estos patrones operan en todas las fases de la comunicación: permiten a los periodistas procesar grandes cantidades de información de modo rápido y rutinario. Es decir, habilitan la identificación de un evento noticiable, su clasificación y su preparación como información para ser transmitida a las audiencias. De modo que, solo si se tienen en cuenta razones de organización del trabajo periodístico, los *frames* son ineludibles (GITLIN, 2003). Luego, se plasman en los textos mediante la creación de un “paquete” coherente que combina distintos símbolos y organiza los contenidos con diferentes grados de complejidad. Estos adquieren diferentes grados de énfasis relativo y son adosados a ideas culturales más amplias (GAMSON, 1992). Por último, el consumo del discurso de los medios por parte de las audiencias invoca ciertos esquemas psicológicos o estructuras de pensamiento que interactúan con los textos y guían el procesamiento y la interpretación de la información (IYENGAR, 1991; SCHEUFELE, 1999).

En definitiva, tal como afirma Matthes (2012), no es que los actores políticos estratégicos, los periodistas y las audiencias transporten –o menos aun– reflejen realidades políticas y sociales. Muy por el contrario, la política, los temas y los eventos noticiosos son objeto de diferentes pautas de selección e interpretación que estructuran su tratamiento. Estas

interpretaciones de los temas son negociadas y replicadas, pero también pueden ser modificadas a lo largo del tiempo. En parte, el grado de dinamismo de los *frames* está en relación con el nivel de profundidad que adquieren estas estructuras. Reese (2001) afirma que estas pueden ser manifiestas y explícitas o insertas e implícitas. Es decir que algunos *frames* pueden ser definidos con mayor facilidad a partir de la inclusión o exclusión de información, mientras que otros dependen de estructuras más complejas e implícitas que no son tan fácilmente clasificables y para cuya identificación es necesario un abordaje más complejo, que recupere supuestos y normas fuertemente arraigadas para dar sentido al mundo.

El **Gráfico 1** ofrece una representación esquemática de la conceptualización del *framing* como un proceso complejo que recorre todas las etapas y actores de la comunicación.

**Gráfico 1.** El *framing* en el proceso comunicacional



**Fuente:** elaboración propia con base en Entman (1993), Shoemaker y Reese (1996) Gitlin (2003) y Aruguete y Koziner (2014).

Ahora bien, la definición propuesta por Reese (2001, 2007) y recogida por numerosos trabajos, proporciona un completo paraguas teórico para el trabajo empírico. Pero los nexos que ofrece con el “plano observacional” (SAUTU, 2003) de los textos no parecen suficientes para aproximarse al estudio de las coberturas mediáticas. Por ello, se propone recurrir a una definición operacional que permita sistematizar criterios para identificar encuadres noticiosos.

### 2.3. Definición operacional

En este trabajo, se definió a los *frames* como principios organizadores de la información, socialmente compartidos y durables, que actúan en el plano simbólico para estructurar el sentido (REESE, 2001). Ahora bien, ¿cómo identificar en los textos estos principios latentes? ¿Qué formas adquieren? ¿Qué funciones desempeñan? Para avanzar en la búsqueda de respuestas a estos interrogantes se propone adoptar una definición operacional que permita delinear una guía para la identificación de *frames* noticiosos.

Lo que se pretende con este desarrollo es resolver la dificultad señalada por David *et al.* (2011), Matthes (2009), Matthes y Kohring (2008), entre otros. Los autores le critican a gran parte de los estudios de *framing* que adolezcan de falta de transparencia a la hora de explicitar los pasos concretos y operativos que se han seguido para la identificación de los *frames*. Según Matthes (2009),

Algunas definiciones son generales, dan muy poca información acerca de cómo operacionalizar los *frames*. Otras proveen pasos más precisos (...) pero no siempre son explícitamente seguidos (...) estas cosas deben ser transparentadas en el análisis de *frames* y los pasos operacionales sencillos –esto es, la traducción de la definición en una exacta operacionalización– deben ser explícitamente establecidos. Eso no quiere decir que los investigadores hayan fallado en la formulación de estas ideas teóricas, pero necesitamos volverlas relevantes (p. 359).

La definición formulada por Entman (1993) es, posiblemente, la más ampliamente aceptada (D'ANGELO, 2012; DAVID *et al.*, 2011; MATTHES; KOHRING, 2008; MATTHES, 2012) y utilizada por los numerosos trabajos que se abocaron a analizar el tratamiento de asuntos políticos desde diversas posturas teóricas dentro del *Framing*. Ello ha derivado, además, en una pluralidad de métodos para identificar y medir *frames*, aun partiendo de la misma definición. Para Entman, los *frames* noticiosos son visiones selectivas de los hechos que construyen la realidad de un cierto modo, conduciendo a diferentes evaluaciones y recomendaciones (MATTHES, 2012):

Encuadrar es seleccionar algunos aspectos de la realidad percibida y darles relevancia en un texto comunicativo de modo que se promueva una *definición particular del problema*, una *interpretación causal*, una *evaluación moral* y/o una *recomendación de tratamiento* para el ítem descrito (Entman, 1993, p. 52)<sup>4</sup>.

Una primera interpretación de la definición de Entman (1993) permite afirmar que los encuadres desempeñan cuatro funciones principales. En primer lugar, definen problemas. Es

---

<sup>4</sup> El énfasis es propio.

decir, precisan una situación determinada en la cual identifican una serie de acciones que lleva adelante un agente causal. En sintonía con las propuestas de Matthes y Kohring (2008) y de David *et al.* (2011), la definición del problema está integrada por una serie de componentes: un tópico o *issue*, un tema central, una fuente citada como principal proveedora de la información y un actor protagonista de la misma.

Desde una perspectiva ligada al análisis del discurso, Pan y Kosicki (1993) definen al tópico como “la etiqueta que resume el dominio de las experiencias sociales cubiertas por un relato” (p. 58). Silverstone (2004) acude a la retórica para definir a los tópicos como “las ideas y valores, marcos de sentido, compartidos y compartibles por hablantes y oyentes. Son lo conocido en lo cual se basa lo novedoso (...) Los tópicos enuncian lo que podría pasar por opinión pública. También dependen de ella” (p. 63). Aplicado a los textos de las noticias, su conceptualización puede acotarse al asunto concreto e identificable del cual trata el acontecimiento más importante relatado en un texto noticioso.

En cambio, el tema tiene un grado de abstracción mayor y no aparece en el texto de modo manifiesto. Está constituido por una serie de *issues* ligados entre sí que entran en una categoría más amplia (PASQUIER, 1994). Se trata de una idea global –aunque puede haber casos en que haya más de una– que subyace al texto y conecta los elementos del relato.

El tercer componente de la definición del problema está constituido por la o las fuentes referenciadas como proveedoras de la información. Herbert Gans (2004) las define como aquellos “actores que el periodista observa o entrevista”. Pero no solo eso sino que, además, “suministran informaciones en cuanto miembros o representantes de grupos de interés organizados y no organizados o de otros sectores más amplios de la sociedad” (p. 80). Muchas veces, estas son citadas directamente mientras que, en otras ocasiones, se retoman sus dichos de modo indirecto. Sin embargo, hay oportunidades en las cuales la información no es atribuible explícitamente a ninguna fuente. En otros casos, la información se obtiene en un *off the record*, es decir, de modo extraoficial o confidencial. Por lo general, la información obtenida de ese modo no es publicada, salvo que pueda confirmarse con otra u otras fuentes que se expresen de modo no restringido (AMADO, 2010).

En cuarto lugar, los actores son aquellas personas o entidades directamente involucradas en el acontecimiento noticioso o quienes se constituyen en el sujeto de la acción relatada en el texto. Si bien su rol difiere del de la fuente, ambos pueden coincidir. Tal es el caso, por ejemplo, de un evento noticioso promovido por determinada fuente que, a la vez, es el sujeto principal de la acción.



La tercera función reconocida por Entman (1993) a los encuadres noticiosos es la de diagnosticar causas. Es decir, determinar cuáles son los factores o actores a los que pueden atribuírseles la responsabilidad por los riesgos y los beneficios asociados a los problemas. Concretamente, la pregunta que esta función responde es ¿a quién/es o a qué puede/n ser atribuido/s el o los beneficios y el o los riesgos identificados en un argumento alrededor de un problema? Se presume que tanto por cada beneficio como por cada riesgo, existe un agente o un factor causante, aunque pueda no ser mencionado explícitamente.

La cuarta y última función de los *frames* es la de sugerir un tipo de tratamiento para los problemas descritos y predecir sus efectos más probables. Esta dimensión incluye una propuesta de solución para resolver los problemas y un juicio valorativo preponderante. Por juicio valorativo se entiende la emisión de un dictamen respecto de los rasgos positivos o negativos alrededor de una cuestión y de sus consecuencias. Un juicio puede ser caracterizado también como “no definido o ambiguo”, cuando no resulta claramente identificable el carácter positivo o negativo o cuando prevalecen contenidos ambiguos en los que ambos tipos aparecen balanceados.

Una sola oración dentro de un texto puede desempeñar más de una de las cuatro funciones del *framing* identificadas por Entman (1993). Al mismo tiempo, es posible que varias oraciones no desempeñen ninguna de ellas o que un *frame* presente en un texto determinado no incluya necesariamente las cuatro funciones sino solo alguna o algunas de ellas. En efecto, el análisis de un solo texto no alcanzaría para dar cuenta de la fuerza que un *frame* es capaz de adquirir como organizador del sentido en las noticias. Su poder se despliega a lo largo de distintos textos y es capaz de cobrar distintas formas en cada uno de ellos.

Un texto determinado incluye elementos que son incongruentes con el *frame* dominante. No obstante, el *frame* tiene la capacidad de volver más relevantes aquellos elementos que sí son coherentes con él, de modo que se promueva una cierta interpretación (VAN GORP, 2007). En otras palabras, pone en funcionamiento una serie de recursos que le otorgan relieve a ciertas “claves discursivas” para la interpretación de la realidad política que construyen los contenidos mediáticos (D’ANGELO, 2002). Estas claves funcionan resaltando ciertos aspectos de las noticias, utilizando un tipo de términos específicos, convocando determinadas opiniones, centrando la atención en determinados personajes.

La relevancia (*saliency*) refiere a los “detalles formales” de la noticia que afectan la visibilidad de ciertos aspectos de la información: ubicación, tamaño, frecuencia con la que aparecen, disposición de la misma (GANHEM, 1997, citado en AMADEO, 2008, p. 197). Los

distintos argumentos y el fenómeno cultural que el encuadre implica no requieren estar presentes de modo manifiesto en el contenido de los medios sino que son evocados por él.

La utilización de estos recursos que otorgan relevancia a los asuntos está influida por la existencia de ciertos “eventos críticos” (*critical events*) en el devenir de la actualidad. En palabras de Pride (1995), estos son acontecimientos “contextualmente dramáticos, como depresiones económicas, desastres medioambientales, confrontaciones físicas violentas, iniciativas estratégicas de movimientos sociales o políticas públicas novedosas” (p. 5) que motivan la atención del público por romper con la rutina diaria. Los eventos críticos invitan “a una definición colectiva o redefinición de un problema social cuando los activistas de los movimientos, los trabajadores de prensa y otros compiten por asignar un significado al tema evocado” (PRIDE, 1995, p. 59).

El conjunto de las funciones o dimensiones<sup>5</sup> de los *frames* señaladas por Entman (1993) –definición del problema, evaluación moral, atribución causal y recomendación de tratamiento– integra aquello que Van Gorp (2007) denomina “paquetes de encuadre” (*frame packages*). El autor los define como un “grupo de artefactos lógicamente organizados que funcionan como un kit de identidad del *frame*” (p. 64). La parte principal del análisis de los *frames* consiste en la reconstrucción de esos paquetes de encuadre mediante la identificación de los artefactos de distinto grado de abstracción que los componen. Estos pueden ser de tres niveles: manifiestos, de razonamiento y “el fenómeno cultural implícito que exhibe el paquete en su conjunto” (VAN GORP, 2007, p. 64). Dichos fenómenos culturales, sin embargo, no equivalen al *frame*, dado que por lo general carecen de la capacidad de definir y comprender otros eventos, cuestiones y actores y adquieren significación en relación con el resto de los artefactos del *frame package*.

Los artefactos de carácter manifiesto pueden ser las frases, las figuras retóricas, los ejemplos, las descripciones, los argumentos y las imágenes visuales, entre otras, que aparecen con cierto grado de relevancia en el texto y permiten identificar la presencia de los artefactos de razonamiento. Van Gorp (2007) vincula a estos últimos con las cuatro funciones distinguidas por Entman (1993). Todos estos artefactos están organizados alrededor de una idea organizadora central –el *frame* propiamente dicho– que provee al *frame package* de una estructura coherente. El **Gráfico 2** pretende dar cuenta de ese proceso.

**Gráfico 2.** Conformación de los *frames* en los textos de las noticias.

<sup>5</sup> También denominados “elementos de encuadre” (DAVID et al., 2011; MATTHES; KOHRING, 2008).



**Fuente:** elaboración propia en base a Entman (1993), Van Gorp (2007), Matthes y Kohring (2008) y David *et al.* (2011).

### 3. CONSIDERACIONES FINALES

El presente artículo procuró ofrecer un desarrollo epistemológico y teórico del *Framing* en comunicación para luego proponer un abordaje teórico-metodológico que permita estudiar los mensajes mediáticos e identificar los encuadres que prevalecen en sus textos.

En este sentido, se conceptualizó al Encuadre como un programa multiparadigmático de investigación. Apoyada en un “núcleo duro” de premisas que lo sostienen, este programa proporciona herramientas productivas para el análisis integral del proceso de comunicación mediática, en el doble sentido del término: por una parte, permite abordar los procesos de elaboración, circulación y reelaboración del sentido en todas las instancias de la comunicación mediática; por otro lado, funciona como una meta-teoría capaz de investigar en profundidad cada una de las fases de la comunicación por separado y contribuir, de igual modo, al enriquecimiento del programa en su conjunto.

Desde este punto de vista, y en sintonía con Van Gorp (2007) y con Reese (2001), se consideró aquí que el análisis de los textos noticiosos constituye el punto de partida de las investigaciones sobre *Framing*. Los *frames* mediáticos son la mejor evidencia del proceso de Encuadre, pues su manifestación simbólica es una vía de entrada privilegiada para el análisis. En un sentido global, puede afirmarse que esta área de trabajo tiene como objetivo “la búsqueda de una estructura de interpretación general de la realidad dentro de la cobertura

informativa” (MARIÑO; LÓPEZ RABADÁN, 2009, p. 24), por lo que se requiere un abordaje minucioso y preciso de los elementos que componen dichos textos.

La estrategia teórico-metodológica propuesta para llevar a cabo esta tarea involucra la operacionalización de la definición de “encuadrar” formulada por Entman (1993), pues se la concibe como un puente entre la teoría y los datos. Según el autor, el *framing* es un proceso mediante el cual se definen y evalúan problemas, se interpretan sus causas y se proponen soluciones para los mismos. Las cuatro dimensiones que componen esta definición, y que cobran distintas formas en función de los temas de las coberturas noticiosas, se combinan de un modo particular para configurar patrones compartidos y persistentes que estructuran los sentidos que prevalecen en los medios y resuenan en la cultura de una sociedad.

Más allá del andamiaje epistemológico y teórico que la sostiene, la propuesta de Entman resulta sumamente fructuosa, pues habilita un abordaje a mitad de camino entre las aproximaciones deductiva e inductiva<sup>6</sup> puras: proporciona una estructura precisa de la cual debe partir el análisis a la vez que promueve una mirada relativamente abierta en la instancia del diseño metodológico para la aplicación empírica.

El análisis de contenido se ofrece como una técnica adecuada, fiable y válida (DAVID et al., 2011; MATTHES; KOHRING, 2008) para la recolección y el procesamiento de grandes cantidades de datos y la consecuente identificación de los encuadres presentes en las noticias. En este sentido, se espera que la propuesta esbozada en este artículo se constituya en un aporte para el diseño de instrumentos metodológicos de análisis de los *frames* noticiosos.

## REFERENCIAS

- AMADEO, B. Framing: Modelo para armar. En: BAQUERÍN DE RICCITELLI, M. T. (Ed.). **Los medios ¿aliados o enemigos del público?** 1. ed. Buenos Aires: EDUCA, 2008. p. 183–281.
- AMADO, A. Producción de noticias. En: AMADO, A. (Ed.). **Prensa y comunicación. Relaciones informativas responsables.** Ciudad Autónoma de Buenos Aires: La Crujía, 2010. p. 43–62.
- ARUGUETE, N. **Los medios y la privatización de ENTel.** 1°. ed. Berlin: Editorial Académica Española, 2011.
- ARUGUETE, N.; KOZINER, N. La cobertura mediática del “7D” en la prensa argentina.

---

<sup>6</sup> El abordaje deductivo parte de un listado de ítems preestablecidos a fin de determinar el grado de apariciones de en los textos analizados. La aproximación inductiva, por su lado, permite realizar un análisis desde una mirada más amplia que intenta revelar posibles encuadres partiendo de preconcepciones vagamente definidas.

- Aplicación de encuadres noticiosos genéricos a los principales diarios nacionales. **Disertaciones. Anuario electrónico de estudios en Comunicación Social**, v. 7, n. 1, p. 129–165, 2014.
- BENFORD, R. D.; SNOW, D. A. Framing Processes and Social Movements: An Overview and Assessment. **Annual Review of Sociology**, v. 26, n. 1, p. 611–639, 2000.
- BORRAT, H. El periódico, actor del sistema político. **Análisi**, v. 12, n. 1, p. 67–80, 1989.
- CAPPELLA, J. N.; JAMIESON, K. H. News Frames, Political Cynicism, and Media Cynicism. **Annals AAPSS**, v. 546, p. 71–84, 1996.
- CHONG, D.; DRUCKMAN, J. N. A Theory of Framing and Opinion Formation in Competitive Elite Environments. **Journal of Communication**, v. 57, n. 1, p. 99–118, mar. 2007.
- D'ANGELO, P. News Framing as a Multiparadigmatic Research Program: A Response to Entman. **International Communication Association**, n. December, p. 870–888, 2002.
- D'ANGELO, P. Studying Framing in Political Communication with an Integrative Approach. **American Behavioral Scientist**, v. 56, n. 3, p. 353–364, 29 nov. 2012.
- DAVID, C. C. et al. Finding Frames: Comparing Two Methods of Frame Analysis. **Communication Methods and Measures**, v. 5, n. 4, p. 329–351, oct. 2011.
- ENTMAN, R. M. Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. **Journal of Communication**, v. 43, n. 4, p. 51–58, dic. 1993.
- FISHMAN, M. **La fabricación de la noticia**. 1. ed. Buenos Aires: Tres Tiempos, 1983.
- GAMSON, W. A. The social psychology of collective action. En: MORRIS, A. D.;
- MCCLURG MUELLER, C. (Eds.). **Frontiers in social movement theory**. New Haven, CT: Yale University Press, 1992. p. 53–76.
- GAMSON, W. A.; MODIGLIANI, A. Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach. **American journal of sociology**, v. 95, n. 1, p. 1–37, 1989.
- GANS, H. J. **Deciding What's News: A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek, and Time**. 2°. ed. Evanston, Illinois: Northwestern University Press, 2004.
- GITLIN, T. **The Whole World Is Watching Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left**. 2°. ed. California: University of California Press, 2003.
- GRABER, D. **Processing the news: How people tame the information tide**. New York: Longman, 1988.
- HALL, S. El trabajo de la representación. En: HALL, S. (Ed.). **Representation: Cultural Representations and Signifying Practices**. Traducción ed. London: Sage Publications, 1997. p. 1–55.

HALLIN, D.; MANCINI, P. **Sistemas mediáticos comparados**. 1º. ed. Barcelona: Hacer, 2008.

IYENGAR, S. **Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues**. 1º. ed. Chicago & Londres: The University of Chicago Press, 1991.

KAHNEMAN, D.; TVERSKY, A. Choices, values, and frames. *American Psychologist*. **American Psychologist**, v. 39, p. 341–350, 1984.

KIRCHER, M. Prensa escrita: actor social y político, espacio de producción cultural y fuente de información histórica. **Revista de Historia**, v. 10, 2005.

LAKATOS, I. Falsification and the methodology of scientific research programmes. En: LAKATOS, I.; MUSGRAVE, A. (Eds.). **Criticism and the growth of knowledge**. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 1974. p. 91–198.

MARÍN ALBALADEJO, J. A.; ZAMORA MEDINA, R. Aproximación integradora en la investigación sobre la teoría del framing desde su condición multiparadigmática. **Disertaciones. Anuario electrónico en Comunicación Social**, v. 7, n. 1, p. 6–40, 2014.

MARIÑO, M. V.; LÓPEZ RABADÁN, P. Resultados actuales de la investigación sobre framing: sólido avance internacional y arranque de la especialidad en España. **Zer**, v. 14, n. 26, p. 13–34, 2009.

MATTHES, J. 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**, v. 86, n. 2, p. 349–367, 2009.

MATTHES, J. Frames in Political Communication. Toward Clarification of a Research Program. En: ALLAN, S. (Ed.). **Rethinking Communication. Keywords in Communication Research**. New Jersey: Hampton Press, 2010. p. 121–134.

MATTHES, J. Framing Politics: An Integrative Approach. **American Behavioral Scientist**, v. 56, n. 3, p. 247–259, 15 dic. 2012.

MATTHES, J.; KOHRING, M. The Content Analysis of Media Frames: Toward Improving Reliability and Validity. **Journal of Communication**, v. 58, n. 2, p. 258–279, jun. 2008.

MUÑIZ, C. **Encuadres noticiosos e inmigración: del análisis de los contenidos al estudio de los efectos mediáticos**. [s.l.] Universidad de Salamanca, 2007.

NEUMAN, W. R.; JUST, M. R.; CRIGLER, A. N. **Common Knowledge. News and the Constuction of Political Meaning**. 1º. ed. London: The University of Chicago Press, 1992.

PAN, Z.; KOSICKI, G. Framing analysis: An approach to news discourse. **Political Communication**, v. 10, n. 1, p. 55–75, 1993.

PASQUIER, D. Vingt ans de recherches sur la télévision: une sociologie post lazarsfeldienne? **Sociologie du travail**, v. 36, n. 1, p. 63–84, 1994.

PRICE, V.; TEWKSBURY, D.; POWERS, E. Switching Trains of Thought: The Impact of News Frames on Readers' Cognitive Responses. **Communication Research**, v. 24, n. 5, p. 481–506, 1 oct. 1997.

PRIDE, R. A. How Activists and Media Frame Social Problems: Critical Events Versus Performance Trends for Schools. **Political Communication**, v. 12, n. 1, p. 5–26, 1995.

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. **Diccionario de la lengua española**. Disponível em: <<http://www.rae.es/recursos/diccionarios/drae>>.

REESE, S. D. Prologue. A bridging model for media research. En: REESE, S.; GANDY, O.; GRANT, A. (Eds.). **Framing Public Life: Perspectives on Media and our Understanding of the Social World**. Mahwah: Lawrence Erlbaum, 2001. p. 7–31.

REESE, S. D. The Framing Project: A Bridging Model for Media Research Revisited. **Journal of Communication**, v. 57, n. 1, p. 148–154, mar. 2007.

REESE, S. D. **Finding Frames in a Web of Culture: The Case of the War on Terror**. New York: Routledge, 2010.

RODRIGO ALSINA, M. **La producción de la noticia**. 2°. ed. Barcelona: Paidós, 1993.

SÁDABA, M. T. **Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo-medios**. 1°. ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: La Crujía, 2008.

SÁDABA, M. T.; VIRGILI, J. R.; CASTRO, M. B. Propuesta de sistematización de la teoría del framing para el estudio y praxis de la comunicación política. **Observatorio Journal**, v. 6, n. 2, p. 109–126, 2012.

SAUTU, R. **Todo es teoría**. Buenos Aires: Lumiere S.A., 2003.

SCHEUFELE, D. A. Framing as a Theory of Media Effects. **International Communication Association**, n. August 1996, p. 103–122, 1999.

SCHEUFELE, D. A.; IYENGAR, S. The State Of Framing Research: A Call For New Directions. **Political Communication Theories**, p. 1–24, 2012.

SHOEMAKER, P.; REESE, S. D. **Mediating the Message. Theories of Influences on Mass Media Content**. 2°. ed. New York: Longman USA, 1996.

SILVERSTONE, R. **¿Por qué estudiar los medios?** Buenos Aires: Amorrortu, 2004.

TUCHMAN, G. **La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad**. Barcelona: Gustavo Gilli, 1983.

VAN GORP, B. The Constructionist Approach to Framing: Bringing Culture Back In. **Journal of Communication**, v. 57, n. 1, p. 60–78, mar. 2007.

*Original recebido em: 27/10/2015*  
*Aceito para publicação em: 03/12/2015*

*Nadia Koziner*

Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Buenos Aires (UBA) y Magister en Ciencias Sociales y Humanidades por la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ). Becaria doctoral del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET). Desarrolla sus estudios de Doctorado en Ciencias Sociales y Humanas en UNQ, adonde integra el Programa de Industrias Culturales y Espacio Público: comunicación y política en la Argentina. Es docente de la Maestría en Periodismo de la UBA e imparte clases en la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la UNQ. Su investigación se centra en el análisis de cobertura mediática de temas políticos.



Esta obra está licenciada sob uma Licença Creative Commons