

# Origen, aplicación y límites de la “teoría del encuadre” (*framing*) en comunicación

## *Framing theory in Communications: Origins, Development and Limits*

**RESUMEN:** En las últimas décadas, la teoría del encuadre o *framing* se ha convertido en uno de los puntos de referencia de los teóricos de la comunicación. Para entender su desarrollo, resulta necesario profundizar en sus orígenes interdisciplinarios y en su evolución. Un análisis que conduce a una reflexión sobre su conveniencia para explicar el fenómeno de los medios de comunicación social.

**ABSTRACT:** In the last decades, framing theory has become a point of reference for mass communication theorists. In order to understand its development, it is necessary to go deep in its multi-disciplinary origins and evolution. This analysis leads to consider if framing theory is useful to explain mass media phenomenon.

**Palabras clave:** teoría del encuadre, comunicación social, sociología del conocimiento, movimientos sociales, objetivismo, constructivismo.

**Key words:** Framing theory, mass communication, interpretative sociology, social movements, objectivism, constructivism.

### 1. Introducción

En los últimos veinte años, la teoría del *framing*, del encuadre o de los marcos, ocupa un lugar destacado en los estudios de comunicación. La proliferación de trabajos al amparo de esta teoría ha sido tal que ya en 1993 Robert Entman propuso hacer del *framing* un paradigma de la investigación en

comunicación, si bien el propio autor hablaba del *framing* como un paradigma fracturado<sup>1</sup>.

Efectivamente, la fractura en la teoría del *framing* sigue vigente –como comprueba Dietram Scheufele<sup>2</sup>–, ya que no existe un acuerdo sobre qué es el *framing* y cómo se hace operativo en los medios. Más aún, pocos análisis profundizan sobre el mismo concepto de *frame*, su origen, formulación y justificación en la teoría de la comunicación.

Desde el presente artículo, se pretende avanzar en esta dirección y dar un paso en el conocimiento de las cuestiones que implica abordar el tratamiento informativo desde la teoría del *framing*. Por lo tanto, no se trata de llegar a una definición del *framing* axiomática, ni de hacer un recorrido cronológico o una división por modos de aproximación de las contribuciones realizadas, como ya ha sido elaborado en otros trabajos<sup>3</sup>. Más bien, el interés radica en contrastar la adecuación de esta teoría al trabajo de los comunicadores.

Por eso, antes de conocer los diferentes usos y significados de la teoría del encuadre en relación con los medios de comunicación, parece oportuno examinar el contexto de investigación en el que nace. Sólo así se podrán comprender las necesidades que alientan la aparición de esta teoría, qué cuestiones plantea y por qué es bien recibida por los investigadores de los medios de comunicación.

## 2. El origen del concepto framing

En el contexto de la sociología interpretativa se manifiestan los planteamientos que hacen surgir la teoría del encuadre o del *framing*. Sin embargo, el concepto como tal aparece en el ámbito de la psicología y es Erving Goffman, quien, al recogerlo en su trabajo, añade los matices sociológicos que adoptará el término también en los estudios de los medios de comunicación.

Todas las aportaciones de estos estudios se han englobado en lo que en el mundo científico, incluso en el castellano parlante, se ha denominado como

<sup>1</sup> Cfr. ENTMAN, Robert M., "Framing: toward clarification of a fractured paradigm", *Journal of Communication*, 43 (4), 1993, pp. 51-58.

<sup>2</sup> Cfr. SCHEUFELE, Dietram A., "Framing as a Theory of Media Effects", *Journal of Communication*, 49, 1999, pp. 103-122.

<sup>3</sup> Cfr. AMADEO, Belén, *La aplicación de la teoría del framing a la cobertura de la corrupción política en Argentina (1991-1996)*, Tesis inédita, Universidad de Navarra, Pamplona, 1999.

teoría del *framing*. Hay que precisar que utilizando el término inglés, se ha pretendido asumir una postura ecléctica que concilie las distintas traducciones posibles, como "enfoque", "encuadre", "marco" o incluso "formato"<sup>4</sup>. Ahora bien, desde este trabajo se propone considerar el empleo de "teoría del encuadre" como equivalente a "teoría del *framing*", puesto que entiendo que ambos modos de expresión responden al mismo objeto de análisis, sobre todo cuando se refieren al ámbito de los medios de comunicación<sup>5</sup>. No obstante, en algunas ocasiones y precisamente por su utilización en otros dominios científicos parece más adecuado hablar de *frames* o *framing*, puesto que la traducción no resulta tan precisa.

### 2.1. Parámetros de investigación: la ciencia social interpretativa

La teoría del encuadre o *framing* tiene su origen en el desarrollo de la denominada sociología interpretativa, aquella que reúne "variantes recientes de la sociología, que concentran su atención en los procesos intersubjetivos de *definición de la situación*"<sup>6</sup>. Es decir, en este ámbito, la sociología se acerca a los intereses de la teoría del conocimiento y pone el acento en que las aproximaciones a la realidad por parte de los individuos se hacen teniendo en cuenta las aportaciones de los demás.

El concepto de "definición de la situación" es introducido por William Isaac Thomas en 1923 al afirmar que "las situaciones definidas como reales son reales en sus consecuencias"<sup>7</sup>, de manera que la realidad interpretada pasa a constituirse como la realidad social por excelencia. Antes de actuar, el individuo se hace una idea de la situación que tiene ante él, consultando con sus actitudes y conocimientos previos. Las personas no responden directa-

<sup>4</sup> Cfr. AMADEO, Belén, op. cit.

<sup>5</sup> El encuadre, acción y efecto de encuadrar, supone "encerrar en un marco o cuadro", o también "determinar los límites de algo incluyéndolo en un esquema u organización" (*Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española*, vigésima primera edición, 1992, voz "encuadrar", p. 827). Con la primera acepción, lo que se encuadra queda bajo un marco, se recoge de algún modo la traducción de marco utilizada en la sociología. En la segunda, se incide en los esquemas u organizaciones que ayudan a dar un contorno a las cosas, otro de los modos de ver el *framing* por la investigación.

<sup>6</sup> GINER, Salvador; LAMO DE ESPINOSA, Emilio y TORRES, Cristobal (eds.), *Diccionario de Sociología*, Alianza Editorial, Madrid, 1998, p. 747.

<sup>7</sup> Citado así en SEBASTIÁN DE ERICE, José R., *Erving Goffman. De la interacción focalizada al orden interaccional*, CIS, Madrid, 1994, p. 3.

mente a los hechos objetivos, sino que lo hacen con referencia a su interpretación. Esta interpretación, con contenidos normativos y sociales, condiciona su respuesta <sup>8</sup>.

Dentro de esta rama de la sociología, se encuadran tres escuelas cuyas aportaciones aparecerán continuamente en los autores que estudian el *framing*: se trata concretamente del interaccionismo de la Escuela de Chicago, de la fenomenología y de la etnometodología. Las tres, con amplias relaciones entre sí, irán sembrando el terreno que permita la aparición del *framing* como concepto explicativo en las ciencias sociales. Aunque no es el momento de explicar la historia y aportaciones de cada una de ellas, sí que señalaremos brevemente las notas con las que contribuyeron a generar un clima propicio para la aparición de la teoría del encuadre.

En la sociología interpretativa se ha incluido al interaccionismo de la Escuela de Chicago, que dominó la ciencia social norteamericana durante los primeros treinta años del siglo XX <sup>9</sup>. En esta Escuela trabajarían figuras como Albion Small, William I. Thomas, Robert Park y George H. Mead. Tras la muerte de Mead y la jubilación de Park, esta escuela entra en decadencia y renacería de nuevo bajo la etiqueta del Interaccionismo Simbólico con Herbert Blumer. El Interaccionismo Simbólico sugiere que el hombre actúa conforme a lo que las cosas significan para él, y que este significado surge como consecuencia de una interacción <sup>10</sup>. Se vinculan de este modo las definiciones de la situación con la acción y la interacción.

El Interaccionismo Simbólico, corriente para la que "lo importante no es cómo se presenta la realidad exterior, sino cómo es interpretada" <sup>11</sup>, incide en la idea de que la interpretación de los individuos se realiza a través de las relaciones y en los símbolos que proporciona la sociedad como instrumentos que posibilitan la comunicación.

El austriaco Alfred Schutz responde desde la fenomenología a intereses muy próximos a los del Interaccionismo Simbólico. En su celebrado ensayo,

<sup>8</sup> Cfr. THOMAS, William I., "The definition of situation", en MANIS, Jerome G. y MELTZER, Bernard N. (eds), *Symbolic Interaction*, Allyn and Bacon, Inc., Boston, 1972.

<sup>9</sup> Pragmatismo, reformismo político, condiciones de rápida industrialización y urbanización y esfuerzos por convertir la sociología en una ciencia empírica definen, según Joas, a la Escuela de Chicago (cfr. JOAS, Hans, "Interaccionismo Simbólico", en GIDDENS, Anthony y TURNER, Jonathan H., *La teoría social hoy*, Alianza Editorial, Madrid, 1990, p. 116).

<sup>10</sup> Cfr. BLUMER, Herbert, *Symbolic Interactionism. Perspective and Method*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, New Jersey, 1969.

<sup>11</sup> SEBASTIÁN DE ERICE, José R., op. cit., p. 4.

"On multiples realities"<sup>12</sup>, se identifica la vida cotidiana como la realidad suprema, y la constituye su objeto de estudio. En esta realidad se parte de unas interpretaciones incuestionables, de una "actitud natural" que acepta la existencia de los fenómenos sociales. Todos los individuos aceptan su mundo como "natural" (*taken for granted*), de manera que la duda empuja ya hacia otra de las "realidades múltiples", en las que se dan otras reglas y valores, como puede ser el mundo de la ciencia, por ejemplo<sup>13</sup>.

Esta sociología de la vida cotidiana es seguida por dos discípulos de Schutz: Peter Berger y Thomas Luckmann, para quienes "la vida cotidiana se presenta como una realidad interpretada por los hombres y que para ellos tiene el significado subjetivo de un mundo coherente"<sup>14</sup>. Su obra *The social construction of reality* (1966) supone una renovación importante en la sociología del conocimiento<sup>15</sup>. Como el mismo título dice, los autores afirman que la realidad se construye socialmente, de manera que desarrollando los postulados del interaccionismo y de la fenomenología llegan a definir una perspectiva constructivista. La realidad social, afirman, es producto de definiciones individuales y colectivas. Bajo esta postura, se sostiene también que los hombres son un producto social, en cuanto aprenden lo que se considera realidad en los procesos de socialización, al mismo tiempo que la sociedad es producida por los hombres al institucionalizar sus acciones.

La etnometodología del norteamericano Harold Garfinkel, se presenta como la corriente que investiga la contingencia de la realidad social en cuanto está socialmente construida<sup>16</sup>. Es decir, las cosas que se dan por supuestas

<sup>12</sup> Schutz publicó el artículo "On multiple realities" en 1945 en la revista *Philosophy and Phenomenological Research*, 5, págs. 533-576. Sin embargo, sus estudios han sido recogidos en los *Collected Papers*, publicados por los discípulos de Schutz tras su muerte y principal fuente para el estudio de su obra. Concretamente, este ensayo aparece en los *Collected Papers I*, págs. 207-259. Para profundizar en la obra de Alfred Schutz, cfr. MARTÍN ALGARRA, Manuel, *La comunicación en la vida cotidiana. La fenomenología de Alfred Schutz*, Eunsa, Pamplona, 1993.

<sup>13</sup> SCHUTZ, Alfred, *Collected Papers I*, Martinus Nijhoff, La Haya, 1962.

<sup>14</sup> BERGER, Peter y LUCKMANN, Thomas, *La construcción social de la realidad*, Amorrortu, Buenos Aires, 1983, p. 36.

<sup>15</sup> GINER, Salvador, op. cit., p. 50.

<sup>16</sup> El método de análisis propuesto por Garfinkel ha estado sometido a muchas críticas, debido a que propone estudiar las propiedades sistemáticas de la razón y de la acción prácticas evitando emitir juicios que las sancionen o reprobren, sin considerar, como afirma Heritage, que "las ciencias sociales están llenas de sistemas teóricos cuyos términos incorporan intrínsecamente tales creencias y juicios" (HERITAGE, John, "Etnometodología", en GIDDENS, Anthony, op. cit., p. 299).

podrían ser de otro modo puesto que están socialmente construidas<sup>17</sup>. Las investigaciones de Garfinkel se centran por eso en las circunstancias, en los contextos que van a dar sentido a los acontecimientos ordinarios, teniendo en cuenta que “las circunstancias han de interpretarse como los productos en evolución y modificables de las acciones que las constituyen”<sup>18</sup>.

Junto a las circunstancias surge la preocupación por el lenguaje que las describe, puesto que las explicaciones sobre las cosas, las expresiones lingüísticas, están ligadas a las ocasiones de uso y en sí mismas también son acciones. De este modo, su objeto de estudio son los procesos interactivos, especialmente aquellos que “giran en torno al habla y la conversación”, de manera que “la realidad social por excelencia –creen algunos– es la interpretación contextual e indéxica de los signos y símbolos entre actores situados”<sup>19</sup>.

En definitiva, podría afirmarse que la sociología interpretativa estudia las significaciones de la realidad para cada individuo a través de un proceso interpretativo en el que cobra un papel fundamental la interacción y que tiene como objeto la definición de las situaciones de la vida cotidiana<sup>20</sup>. Consecuentemente, la teoría del *framing* se establecerá como el instrumento que permitirá describir este proceso de interpretación y de significaciones particulares<sup>21</sup>. Será una herramienta concreta que manejen los sociólogos para acceder a los significados de la realidad. Pero habrá que esperar a 1974 para que Goffman saque a la luz este concepto, prestado de Bateson. A partir de este momento, la teoría del encuadre se desarrollará en la sociología y se trasladará al estudio de los medios de comunicación en cuanto que también los periodistas interpretan realidades para darlas a conocer a sus audiencias.

<sup>17</sup> Para un análisis de la etnometodología, cfr. HERITAGE, John, op. cit., pp. 290-350.

<sup>18</sup> *Ibíd.*, p. 312.

<sup>19</sup> GIDDENS, Anthony, op. cit., p. 18. Por interpretación indéxica se entiende en la etnometodología interpretación de las expresiones lingüísticas en relación con los contextos en las que se inscriben.

<sup>20</sup> Siguiendo a Sebastián de Erice, las distintas ramas de la sociología interpretativa tienen en común que “su fundamento filosófico es una teoría del conocimiento que concede la primacía al sujeto sobre el objeto en la percepción de la realidad. El sujeto, o sí mismo, conoce de forma creativa. [Las ramas de la sociología interpretativa] defienden que la interpretación de los actores es la base del conocimiento y de la actuación” (SEBASTIÁN DE ERICE, José R., op. cit., p. 207).

<sup>21</sup> La definición de la situación, pese a ser una frase que ha conducido a una elevada cantidad

## 2.2. La definición de Gregory Bateson

Fue el antropólogo Gregory Bateson quien, refiriéndose al proceso de recepción de los mensajes, había acuñado el concepto de *frame* en 1955 para definir el contexto o marco de interpretación por el que la gente se detiene en unos aspectos de la realidad y desestima otros. El autor utilizaba a tal efecto la metáfora del marco que delimita el lienzo que está dentro de él y permite distinguir el cuadro de la pared<sup>22</sup>.

Para Bateson los marcos son instrumentos de la mente, con los que se ahonda en las diferencias que encontramos en las cosas. Su interés no reside en las cosas mismas, sino en los —por él denominados— “circuitos” de formas diferenciales que extraemos de las cosas y que residen en la mente.

Con la explicación del marco, Bateson intenta dar repuesta a la comprensión del fenómeno comunicativo, donde es necesario referirse a un marco para comprender el mensaje. El autor identifica tres niveles de comunicación: denotativo o referencial, metalingüístico y metacomunicativo (comunicación concerniente a la relación entre los hablantes). En este último nivel, se hace referencia al contexto y a la cultura, donde se integran los marcos<sup>23</sup>. En las relaciones entre personas el marco es necesario para la comprensión de los mensajes.

El interés de Bateson por la zoología le lleva a plantearse cómo son estas relaciones en el mundo animal. En este caso, el autor concluye también que hay cierta convención sobre el significado de las cosas en el comportamiento animal, de manera que si un mono, por ejemplo, comprende que “esto es un juego” puede entender un movimiento de hostilidad sin la carga de

de investigaciones sociológicas, ha presentado desde sus orígenes un problema de operatividad, puesto que resultaba difícil concretarla en dimensiones aplicables (cfr. STEBBINS, Robert A., “Studying the definition of the situation: theory and field research strategies”, en MANIS, Jerome G., op. cit., pp. 337-355). En mi opinión, la teoría del *framing* intentará suplir esta deficiencia operativa.

<sup>22</sup> El concepto de *frame* es de 1955 pero se publica en 1972 en el capítulo “A theory of play and fantasy” (cfr. BATESON, Gregory, *Steps to an Ecology of Mind: Collected Essays in Anthropology, Psychiatry, Evolution and Epistemology*, Ballantine Books, New York, 1972). Para una aproximación crítica a este autor, cfr. RIVAS, Antonio, “El análisis de marcos: una metodología para el estudio de las ciencias sociales”, en IBARRA, Pedro y TEJERINA, Benjamín, *Los movimientos sociales. Transformaciones políticas y cambio cultural*, Trotta, Madrid, 1998, pp. 181-215.

<sup>23</sup> Cfr. BATESON, Gregory, *Una unidad sagrada. Pasos ulteriores hacia una ecología de la mente*, Gedisa, Barcelona, 1993.

enfrentamiento que tiene. El contexto es interpretado como un juego y no como una pelea. A partir de contextos aprendidos, se puede avanzar en la comprensión de otros nuevos<sup>24</sup>.

Los marcos, de este modo, no pasan de ser elementos que la psique coloca en la interpretación de los acontecimientos. La mente humana o la animal recurre a los marcos para establecer sus pautas de conducta. Es en la lógica del mundo mental, tal y como asegura Bateson, donde se establecen los circuitos diferenciales en los que toman sentido los marcos.

### 2.3. La aportación de Erving Goffman

En 1974, en la última etapa de su trayectoria profesional, Goffman publica *Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience*. En este libro, el autor recupera el concepto de marco introducido por Bateson en la psicología y lo traslada a la sociología para explicar cómo se organizan los acontecimientos, no sólo en nuestra mente, sino en la sociedad en su conjunto, al indicar que “las definiciones de una situación se construyen de acuerdo con principios organizativos que gobiernan los acontecimientos, al menos los sociales, y nuestra implicación en ellos. *Frame* es la palabra que uso para referirme a esos elementos”<sup>25</sup>. Goffman resuelve así la cuestión que se hace cada persona para “definir las situaciones”. Esta pregunta, argumenta el autor, es la siguiente: “¿qué sucede aquí?” (“*what’s going on?*”), a la que se responde con un *frame* que da sentido a los acontecimientos y que está sujeto a posibles reorganizaciones o “reenmarcaciones”. Los *frames* dan nombre y explican la definición de la situación de la que hablaba la sociología interpretativa.

El *frame* para Goffman es tanto un marco como un esquema. Un marco que designa el contexto de la realidad y un esquema o estructura mental que incorpora los datos externos objetivos<sup>26</sup>. Marco y esquema serán las dos acepciones que se consideren separadamente por quienes desarrollen más adelante la teoría del *framing*. En Goffman, la integración de estos dos conceptos en el de *frame* hace que no se pueda dar una traducción unívoca del término. En él se agregan dos niveles, el individual y el social, puesto que una misma realidad adquiere significaciones particulares para quienes la observan, pero

<sup>24</sup> Cfr. *Ibíd.*, pp. 275-277.

<sup>25</sup> GOFFMAN, Erving, *Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience*, Northeastern University Press, Boston, 1986, p. 10.

<sup>26</sup> Cfr. SEBASTIÁN DE ERICE, José R., *op. cit.*, p. 208.

también existe un significado común sobre ella. Siempre que un individuo "enmarca" una situación, lo hace utilizando esquemas. La organización de la experiencia pasa así por marcos sociales y esquemas mentales, fusionados en los *frames*.

En las definiciones de situación no sólo se manejan los *frames* primarios —aquellos que no se fundamentan en otros anteriores y que constituyen la base de los significados—, sino que hay procesos posteriores de transformación. Es aquí donde Goffman introduce otro de sus conceptos centrales en el análisis de los *frames*: el término musical de "modo" (*key*) de tal forma que el "keying" o la modulación sería un proceso de transcripción donde los marcos primarios constituyen la base que contiene aspectos ya significativos, gracias a la cual se puede avanzar en el proceso de dar sentido a los hechos con nuevas interpretaciones. Un mismo acontecimiento puede así entrar a formar parte de distintos sistemas explicativos. El mundo de los juegos le sirve, siguiendo a Bateson, para ejemplificar estas transformaciones, repeticiones y tomas de decisiones<sup>27</sup>.

En otra de sus obras, Goffman habla de reenmarcaciones de los hechos<sup>28</sup>; los marcos no son definitivos sino que están sometidos a una revisión continua conforme cambia la realidad. Existen así distintos estratos de realidad, desde la no transformada a la que ha sido en múltiples ocasiones reenmarcada<sup>29</sup>. Las actividades transformadas se basan en algo anterior. Este es uno de los puntos que diferencia a Goffman de Bateson, quien no explicaba las implicaciones de actividades que se parecen a la realidad sin serlo, como el teatro o el juego<sup>30</sup>.

Otra de las grandes diferencias respecto a Bateson, es que mientras este último considera que los *frames* se generan en procesos psicológicos, Goffman los inserta en los procesos organizativos y sociales. Los *frames* de Goffman son formas transmitidas y compartidas por la sociedad a través de las cuales se mira la realidad. La comprensión de los demás y del entorno pasa por una serie de marcos establecidos con los que interpretamos su conducta. El *frame* es marco y esquema, producto de la interacción y, por tanto, un elemento dinámico. Cualquier acción cotidiana es comprendida en la medida

<sup>27</sup> GOFFMAN, Erving, op. cit., p. 41-47.

<sup>28</sup> Cfr. GOFFMAN, Erving, *Forms of Talk*, Basil Blackwell, Oxford, 1981.

<sup>29</sup> Una realidad reenmarcada en múltiples ocasiones sería, por ejemplo, aquella que se narra en un libro, que a su vez sirve de base para el guión de una película.

<sup>30</sup> SEBASTIÁN DE ERICE, José R., op. cit., p. 219.

en que se articula en los frames, de forma que el autor constata una preeminencia de la sociedad sobre el individuo. Goffman introduce de esta forma lo social a la comprensión del *framing*; una percepción que influye notablemente en los autores interesados por el trabajo periodístico<sup>31</sup> y por supuesto en los investigadores de la perspectiva sociológica de los movimientos sociales. De hecho, unos y otros le consideran como el investigador genuino de los frames.

### 3. Los marcos en la investigación de los movimientos sociales

La investigación de los movimientos sociales acoge el *frame* de Goffman en su acepción de “marco”. Los marcos en este caso ayudan a comprender definiciones de situaciones sociales concretas, más bien minoritarias, que se reivindican como objeto de movimientos sociales particulares. El interés parece pasar de este modo del “marco” de la experiencia individual al “marco” colectivo, donde por vez primera aparecen en el estudio los medios de comunicación. Los medios se perciben en este contexto como agentes poderosos en los procesos de encuadre del discurso social, llegando a considerarse con bastante frecuencia como los principales generadores de marcos sociales<sup>32</sup>.

La recuperación del interés por las cuestiones interpretativas en la acción colectiva tiene lugar cuando los movimientos que surgen en Estados Unidos y Europa en los años sesenta y los que se producen en la Europa del Este en la década de los ochenta cuestionan de algún modo las anteriores teorías de las diferencias económicas y de clase que explicaban la acción colectiva, así como los cambios en las instituciones sociales. A partir de entonces, los

<sup>31</sup> Para Toshio Takeshita, los *frames* de Goffman responden a la “definición que una persona da a la situación o al contexto en el que se produce la interacción humana. Este concepto es aplicable no sólo a la interacción cara a cara sino también a la de los medios” (TAKESHITA, Toshio, “Exploring the media's roles in defining reality: from issue-agenda setting to attribute-agenda setting”, en McCOMBS, Maxwell; SHAW, Donald L., WEAVER, David (eds.), *Communication and Democracy. Exploring The Intellectual frontiers in Agenda-Setting Theory*, Lawrence Erlbaum Associates, New Jersey, 1997, p. 23).

<sup>32</sup> Cfr. TARROW, Sidney, *El poder en movimiento. Los movimientos sociales, la acción colectiva y la política*, Alianza Universal, Madrid, 1997, p. 57. Maxwell McCombs y Donald Shaw aseguran que es una investigación sobre el movimiento estudiantil en los sesenta la que introduce el concepto de *frame* en la investigación de medios de comunicación (cfr. McCOMBS, Maxwell y SHAW, Donald, “The Evolution of Agenda-Setting Research: Twenty-Five Years in the Marketplace of Ideas”, *Journal of Communication* 43 (2), 1993, pp. 58-67.

movimientos dejan de considerarse únicamente bajo el prisma de la desigualdad económica para situarse en una dimensión política, y concretamente se examinan como una consecuencia de los cambios en las estructuras de oportunidad política<sup>33</sup>. Recientemente, se asume que a las dimensiones estructurales hay que añadir otras subjetivas, como las percepciones individuales y la construcción social de los significados. Es en este contexto donde surge el desarrollo del *framing*: "la movilización no sólo requiere que las condiciones estructurales hayan madurado (...), también requiere una masa crítica de personas que definan colectivamente la situación como madura y persuadan a otras de que su versión de la realidad suena bien. Este proceso de construcción de la realidad conlleva, entre otras cosas, el empleo del *framing* y el desarrollo de vocabularios de motivos"<sup>34</sup>.

Los marcos entran a formar parte de las estrategias de los movimientos para integrar a sus miembros y obtener nuevos adeptos. Los movimientos son considerados agencias de significación colectiva con capacidad para difundir ideas en la sociedad, ligados a la cultura en la que se inscriben y una de sus tareas fundamentales es la de producir esos marcos de referencia que se convierten en herramientas tácticas y conscientes de los activistas.

Pero además, la existencia de los movimientos encuentra su razón de ser en la posibilidad de que sus objetivos lleguen a considerarse en las instancias institucionales y sociales, y para ello resulta vital el acceso a la agenda política y a la opinión pública<sup>35</sup>. Por eso, los medios de comunicación desarrollan un importante papel tanto en la génesis del movimiento, como en su consolidación: se les ayuda a difundir sus demandas y estrategias, a crear nuevas controversias con las que se aumentan las oportunidades de formar otros movimientos y se refuerza su posibilidad de atraer nuevos integrantes<sup>36</sup>.

En los medios, tan importantes como los asuntos que se publican son los argumentos con los que se definen las realidades sociales, a través de los mar-

<sup>33</sup> Tarrow define las estructuras de oportunidad política como "las dimensiones consistentes - aunque no necesariamente formales, permanentes o nacionales- del entorno político, que fomentan o desincentivan la acción colectiva entre la gente" (TARROW, Sidney, op. cit., p. 49).

<sup>34</sup> BENFORD, Robert D., "You could be the hundreth monkey: collective action frames and vocabularies of motin within the nuclear disarmament movement", *The Sociological Quarterly* 34 (2), 1993, p. 199.

<sup>35</sup> Cfr. SAMPEDRO, Víctor, *Nuevos movimientos sociales, agendas políticas e informativas: el caso de la objeción de conciencia*, Centro de Estudios Avanzados en Ciencias sociales, Instituto Juan March de Estudios e Investigaciones, Madrid, 1996.

<sup>36</sup> Cfr. TARROW, Sidney, op. cit.

cos<sup>37</sup>. De ahí que los marcos periodísticos resulten, para los teóricos de los movimientos, un tema recurrente de análisis. Para Todd Gitlin, por ejemplo, los frames son recursos que utilizan los medios desde una posición dominante, hegemónica, para organizar la realidad de una sociedad<sup>38</sup>. William Gamson, sin embargo, desmitifica este poder absoluto otorgado a los medios en relación con la acción colectiva, al afirmar que no son la única fuente de conocimiento y que su influencia no equivale en todos los casos al control social<sup>39</sup>. La clave parece estar, para Gamson, en que los marcos sepan combinar aspectos de la experiencia personal, que afectan a las personas individualmente, y de la experiencia cultural, compartidos en sociedad. Es lo que Snow y sus colaboradores habían llamado la alineación de los marcos, entendido ésta como la “unión del individuo y las orientaciones interpretativas de las organizaciones de los movimientos sociales de forma que los intereses, valores y creencias de los individuos se hacen congruentes y complementarios con las actividades, metas e ideología de aquéllas”<sup>40</sup>.

Para generar identidades colectivas, los movimientos cuentan con los marcos como herramientas que tienen la capacidad de conectarse con otros y de transformarse. Este proceso creativo tiene además su reflejo en los medios de comunicación, puesto que el discurso público y la formación de identidades colectivas implican la influencia en la agenda de los medios: para que un problema pase a ser motor de protesta, tiene que ocupar un espacio en el discurso público.

Por lo tanto, los movimientos, mediante procesos interactivos, atribuyen significado e interpretan acontecimientos mediante los marcos y así construyen vocabularios de motivación que proveen a los participantes de razones para identificarse con los objetivos y valores del movimiento<sup>41</sup>. Se trata de

<sup>37</sup> Cfr. SAMPEDRO, Víctor, op. cit., p. 180.

<sup>38</sup> Cfr. GITLIN, Todd, *The The Whole World is Watching*, University of California Press, Berkeley, 1980.

<sup>39</sup> Cfr. GAMSON, William A., *Talking Politics*, Cambridge University Press, New York, 1992. Además de los medios de comunicación, Gamson se detiene en otras dos fuentes de conocimiento para el público: la propia experiencia y la sabiduría popular.

<sup>40</sup> SNOW, David A., BURKE, E. Worden, STEVEN, K. y BENFORD, Robert D., “Frame Alignment Processes, Micromobilization, and Movement Participation”, *American Sociological Review*, 51, 1986, pp. 464-481. Se distinguen cuatro tipos de alineaciones: conexión del marco del movimiento con otros disponibles en la sociedad, amplificación del marco, extensión del marco y transformación del marco.

<sup>41</sup> Algunos autores han sistematizado estas funciones en tres elementos que tiene que integrar todo marco. El diagnóstico -con el que se identifica un problema, se atribuye culpa o causal-

elementos ligados de algún modo a las creencias colectivas o a la cultura política de un determinado grupo social.

A modo de un primer avance —porque se verá de modo más evidente en la exposición sobre qué se entiende por encuadres periodísticos—, parece pertinente señalar que existen importantes diferencias entre los marcos de acción colectiva y los encuadres o *frames* de los medios. La principal, que mientras que para los teóricos de los movimientos los marcos son ideados por los agentes para conseguir movilizar a sus seguidores, los encuadres que se utilizan en los medios, en principio, se entiende que surgen como resultado del trabajo periodístico, que son parte de todo acercamiento interpretativo a la realidad y de una serie de circunstancias profesionales que acrecientan en el periodista un modo de ver la realidad particular. Sólo en aquellos autores que consideran los encuadres periodísticos como productos ideológicos está presente también la afirmación de que se trata de elementos elaborados con un propósito determinado<sup>42</sup>. Y de aquí se deduce otra de las diferencias entre los marcos de acción colectiva y los *frames* periodísticos. Los primeros, al ser instrumentos movilizados, son intrínsecamente ideológicos, defienden y reivindican posturas particulares. En los medios, sin embargo, se entienden los encuadres como partes del proceso significativo de la noticia. En este sentido, tampoco son instrumentos a disposición de los periodistas, como lo son para los promotores de la acción colectiva. Los marcos de los movimientos están concebidos en y para la acción; los encuadres o *frames* de los medios se sitúan en un dominio más cognoscitivo y ligados al pluralismo como actitud informativa.

Así mismo, también hay que señalar que tanto los encuadres de los medios como los marcos de la acción colectiva coinciden en la visión constructivista de la realidad. Lo que para los primeros es simple consecuencia de su papel mediador, con el que contribuyen generando significados sociales, para los segundos se trata de la necesidad de aportar su visión particular de los acontecimientos a la sociedad. Para ello, los marcos intentan captar las singularidades sociales y conformar identidades que vinculen los niveles individual y colectivo. Los encuadres periodísticos, en este sentido, también suponen la unión del medio con su audiencia en términos de identificación, como se verá más adelante. Ambas posturas, finalmente, se sitúan en el área

dad-; el pronóstico -que identifica una solución, estrategias, tácticas y *targets*-; y el motivacional -que mueve a la participación (cfr. BENFORD, Robert D., "You could be...", op. cit.; y ENTMAN, Robert M., op. cit.).

<sup>42</sup> Cfr. GITLIN, Todd, op. cit.

de la construcción de las agendas, públicas o mediáticas, pero en cualquier caso en los procesos de creación de temas de controversia para unos y de noticias para los otros, como se explica a continuación.

#### 4. Frames en la investigación de los medios de comunicación

El estudio de la teoría del encuadre desde la teoría de la comunicación se desarrolla en las décadas de los setenta y de los ochenta, cuando los analistas de los medios de comunicación, teniendo en cuenta las contribuciones de la sociología interpretativa, profundizan en un análisis de tipo cognitivo. Los significados de la realidad difundidos desde los medios de comunicación y su repercusión en los significados de esa misma realidad para las audiencias se configuran como el principal objeto de estudio<sup>43</sup>.

También la investigación en comunicación explica el uso de la teoría del encuadre para responder en cierto sentido a las prácticas profesionales y teorías del objetivismo informativo, que se demuestran impracticables. En este ámbito, la teoría del encuadre, tal y como empieza a desarrollarla Gaye Tuchman, se adentra en los medios como organizaciones para descubrir sus modos de trabajo. Cabe cuestionarse desde este tipo de investigaciones la adecuación de esta teoría a las exigencias de la comunicación de los medios.

##### 4.1. El framing como respuesta a las pretensiones objetivistas

El desarrollo del *framing* en los estudios de comunicación es bastante notable, sobre todo porque entronca con uno de los debates sempiternos referido a los medios de comunicación: la posibilidad del periodista de transmitir la realidad tal como es; o dicho de otro modo, la cuestión de la objetividad. Considerada como práctica periodística, como actitud informativa o como referente ético, la objetividad responde a unas premisas aceptadas para y por los periodistas, y defendidas así mismo por toda una corriente académica, el objetivismo.

Con esta reflexión no se pretende afirmar que el *framing* surge como respuesta directa al objetivismo informativo, pues ya se ha considerado que sus

<sup>43</sup> Por eso se vinculan las teorías del *framing* y de la *agenda-setting*, conexión que desde mi punto de vista debe ser matizada.

orígenes responden a otros intereses. No obstante, sostengo que su importante aceptación entre los analistas de los medios, se debe, en gran parte, a que esta teoría enlaza con las respuestas a la cuestión de la objetividad informativa. Más aún, su formulación encaja adecuadamente con las teorías subjetivistas del constructivismo<sup>44</sup>, y como tal, puedo adelantar, finalmente no ofrece una contestación adecuada a la cuestión de la objetividad periodística.

En el mundo periodístico, la objetividad, entendida como falta de intromisión del sujeto en el conocimiento, seguía la máxima propuesta por el periodista Scott a principios de siglo, según la cual "Los hechos son sagrados y las opiniones son libres"<sup>45</sup>. Conforme a esta premisa, el periodista tenía que elaborar una información puramente fáctica, debía distanciarse de los hechos y su cometido era separarlos radicalmente de la opinión, reservada para una sección propia de firmas concretas.

El objetivismo es, en definitiva, la aplicación al trabajo periodístico de la pretensión decimonónica del positivismo científico y de su precedente, el empirismo inglés, que establecía el reinado de los criterios aplicados a las ciencias naturales para todo tipo de conocimiento, también el de las ciencias humanas y sociales<sup>46</sup>. El valor supremo del saber científico pretendía la instauración de un método de observación de los hechos, reducidos a meros datos, con el que se pudieran detectar regularidades y enunciar leyes funcionales. Así se afirmaba que los hechos, lo exterior al sujeto, tenían en exclusiva la cualidad de ser objetivos, y por tanto, sólo ellos eran verdaderos. Consecuentemente, lo subjetivo, lo propio del sujeto eran las opiniones, que siguiendo este razonamiento, eran necesariamente parciales y carentes de verdad<sup>47</sup>.

<sup>44</sup> Para conocer la postura subjetivista, cfr. MUÑOZ-TORRES, Juan Ramón, "Objetivismo, subjetivismo y realismo como posturas epistemológicas sobre la actividad informativa", *Comunicación y Sociedad*, VIII (2), 1995, especialmente pp. 153-156.

<sup>45</sup> SCOTT, C.P., "Comment is free but facts are sacred" (*Manchester Guardian*, 5-V-1921. La referencia está recogida en JAY, Antony, *The Oxford Dictionary of Political Quotations*, Oxford University Press, Oxford, 1996, p. 332.

<sup>46</sup> El objetivismo surge al amparo de la teoría liberal que concibe la prensa como el Cuarto Poder, con una función de control sobre los otros poderes, cfr. CANEL, M<sup>a</sup> José y SÁDABA, M<sup>a</sup> Teresa, "La investigación académica sobre las actitudes profesionales de los periodistas. Una descripción del estado de la cuestión", *Comunicación y Sociedad*, XII (2), 1999, pp. 9-32.

<sup>47</sup> Cfr. GONZÁLEZ GAITANO, Norberto, "Hechos y valores en la narración periodística informativa", *Comunicación y Sociedad*, II (2), 1989, p. 33. Este artículo posteriormente se publicó como capítulo del libro del mismo autor *La interpretación y la narración periodísticas: un estudio y tres casos: Croacia, drogas, mujer*, Eunsa, Pamplona, 1997.

Este objetivismo científico tuvo y tiene su eco en la actividad profesional de los periodistas, manifestándose en distintas prácticas profesionales muy afianzadas<sup>48</sup>. Para relatar la verdad de un hecho, el periodista “tenía que ser objetivo”, es decir, mantenerse distante y aséptico en su trabajo. La distinción entre géneros de información y de opinión, el recurso a los datos, a las estadísticas “que hablan por sí solas”, a la pirámide invertida, a la impersonalidad de los textos, a la exclusión de los adjetivos, o a las comillas para que sean otros los que entren a valorar, conforman las preceptivas con las que el periodista parece que se aleja de cualquier incursión personal. De este modo, parece que la verdad informativa está garantizada por el simple cumplimiento de unas reglas, que están separando elementos supuestamente “objetivos” de los “subjetivos”<sup>49</sup>.

Si bien, finalmente no se puede eludir que todo conocimiento es personal y por tanto, contiene algo de subjetivo, la pretensión objetivista ha calado tan hondo en la clase periodística que se siguen sustentando sus principios, aunque se consideren más un ideal al que deben tender sus informaciones, que una posibilidad real<sup>50</sup>. Una de las formas de llegar a ser lo más objetivo posible, desde esta perspectiva, sería presentar todos los puntos de vista de la noticia, las causas y las consecuencias, y que sea el lector quien conceda la razón a quien considere oportuno. El periodista es un analista de la realidad y su finalidad es dar al ciudadano los elementos necesarios para la comprensión de los temas, mientras que él se sitúa en el terreno de la neutralidad, considerada como un paso más hacia la utopía objetivista.

Sin embargo, resulta muy difícil, cuando no imposible, presentar las distintas fuentes en una noticia sin incidir más en una que en otra, sin otorgar más valor a una que otra, sobre todo cuando no lo tienen por igual<sup>51</sup>.

Es precisamente a este contrasentido al que responden en cierto modo los teóricos del *framing* cuando desarrollan una propuesta con la que entran a

<sup>48</sup> Un reciente estudio demuestra como los libros de estilo de tres periódicos contienen las premisas objetivistas, cfr. MUÑOZ-TORRES, Juan Ramón, “Concepciones epistemológicas implícitas en los libros de estilo de *El País*, *El Mundo* y *ABC*”, *Zer: Revista de estudios de comunicación*, 9, 2000, pp. 277-318.

<sup>49</sup> Coincido con Muñoz-Torres en considerar que es un error la identificación de objetividad y verdad, e incluso que la verdad no puede plantearse en términos de objetividad-subjetividad pues el conocimiento es subjetivo (cfr. MUÑOZ-TORRES, Juan Ramón, “Objetivismo, subjetivismo...”, op. cit.).

<sup>50</sup> Cfr. MC DONALD, Donald, “Is Objectivity Possible?”, en MERRIL, J.C. y BARNEY, R.D., *Ethics and the press: Readings in Mass Media Morality*, Hastings House, NJ, 1975, pp. 69-88.

<sup>51</sup> Cfr. MUÑOZ-TORRES, Juan Ramón: “Concepciones epistemológicas...”, op. cit.

formar parte del debate sobre las prácticas objetivistas en los medios de comunicación. Según las declaraciones destacadas, según el lugar que ocupa la noticia, según el lenguaje utilizado, la información varía tanto de un medio a otro que, en casos extremos, no se puede identificar el mismo acontecimiento bajo dos rúbricas que, en principio, tratan el mismo tema.

En esta defensa del pluralismo informativo, el uso de los marcos o "definiciones de situación" –tal y como los denominaba Goffman–, se constituye en el soporte de las distintas significaciones que adquieren los hechos en los medios de comunicación. De este modo, la respuesta que ofrece la teoría del *framing* al objetivismo es negar sus postulados, ya que argumenta que, cuando cuenta lo que sucede, el periodista encuadra la realidad y aporta su punto de vista.

Partiendo del concepto de marco que usa Goffman, el distanciamiento de la postura objetivista es total, al afirmar que el sujeto, el periodista en este caso, se encuentra en la misma noticia y que esa aparición se traduce en forma de *frames*. Y aún más lejos, se llega a plantear que la clasificación del periodista como el científico o el analista dejan de tener sentido, toda vez que se llega a la postura de que ni siquiera las ciencias naturales son "objetivas", porque también están hechas por hombres; toda la naturaleza social es histórica, toda está construida por el sujeto. Del positivismo científico en el que todos los fenómenos pueden objetivarse se pasa al subjetivismo constructivista, según el cual en cuanto que la ciencia es algo fabricado por los hombres, tiene también un carácter subjetivo, puesto que es el sujeto con su racionalidad e interpretaciones propias el que construye la ciencia.

En el área del periodismo, la teoría del *framing* se fundamenta además en la tradición que atribuye a los medios de comunicación un papel mediador entre el hombre y la sociedad, a través del cual se dan a conocer las noticias<sup>52</sup>. Los medios se sitúan como intermediarios entre el mundo exterior y las audiencias, puesto que en muchas ocasiones son el único modo de acceso a lo que sucede "ahí fuera". Pero los medios transforman las dimensiones de los acontecimientos en productos informativos que pasan por una serie de filtros

<sup>52</sup> Cfr. ANDERSON, James A. y MEYER, Timothy P., *Mediated Communication. A social action perspective*, Sage, Newbury Park, 1988; SHOEMAKER, Pamela J. y REESE, Stephen, *Mediating the message. Theories of influences on Mass Media Content*, Longman, New York, 1991. Para un análisis de las conexiones del *framing* con la teoría de la mediación, cfr. PEÑA, Eugenia, *Los medios de comunicación como constructores de la realidad. Aproximación teórico-práctica al proceso de mediación*, Tesis de master inédita, Universidad de Navarra, Pamplona, 1995.

hasta llegar a la audiencia. La filtración realizada demuestra que la mediación no es un mero enlace del medio con la sociedad, sino que en el proceso comunicativo se asume un impacto de la lógica y del formato de los medios sobre los contenidos<sup>53</sup>.

Los medios no están reflejando una realidad pasivamente, sino que son parte de una realidad social a la que contribuyen con sus propios marcos<sup>54</sup>. Es más, de algún modo, tal y como ha indicado Belén Amadeo, el *framing* hace operativo el proceso de mediación puesto que aporta las propiedades, peculiaridades y modos en los que se da la mediación informativa; “la mediación es el qué, el *framing* es el cómo”<sup>55</sup>.

La definición de los sucesos se articula en el proceso de construcción de la agenda de los medios, en los momentos de decisión de qué asuntos publicar y el modo de hacerlo. De modo análogo a los marcos para las organizaciones de acción colectiva, el *framing* sería por tanto “el proceso por el que una fuente de comunicación, por ejemplo una organización de noticias, define y construye un asunto político o controversia pública”<sup>56</sup>.

Desde una perspectiva teórica y como han expuesto Zhongdang Pan y Gerald M. Kosicki, los *frames* o marcos de los medios de comunicación se han explicado por dos corrientes diferenciadas: la psicologista y la sociologista<sup>57</sup>.

En las posturas psicológicas, la información se llega a entender como un proceso individual de elección y selección, coincidente o no con las necesidades del periodista y la audiencia<sup>58</sup>; o bien, se entienden los *frames* como esquemas conservados en la mente de los individuos que se proyectan sobre la realidad o sobre un texto<sup>59</sup>.

<sup>53</sup> Cfr. ALTHEIDE, David y SNOW, Robert, “Toward a theory of mediation”, *Communication Yearbook*, 11, 1988, pp. 194-223.

<sup>54</sup> BENNET, Tony, “Media, ‘reality’, signification”, en GUREVITCH, Bennet, CURRAN y WOLLACOTT (eds), *Culture, Society and the Media*, Methuen, Londres, 1982.

<sup>55</sup> AMADEO, Belén, op. cit., p. 125.

<sup>56</sup> NELSON, Thomas; CLAWSON, Rosalee A. y OXLEY, Zoe M., “Media Framing of a Civil Liberties Conflict and its Effect on Tolerance”, *American Political Science Review*, 91 (3), 1997, p. 567.

<sup>57</sup> Cfr. PAN, Zhongdang y KOSICKI, Gerald M., “Framing analysis: an approach to news discourse”, *Political Communication*, 10, 1993, pp. 55-75; y TAKESHITA, Toshio, op. cit.

<sup>58</sup> Cfr. IYENGAR, Shanto, *Is Anyone Responsible? How television frames political issues*, The University of Chicago Press, Chicago, 1991.

<sup>59</sup> Cfr. RHEE, June Woong, “Strategy and issue frames in elections campaign coverage: a social cognitive account of framing effects”, *Journal of Communication*, 47 (3), 1997, pp. 26-48.

Por eso, dentro del ámbito periodístico, lógicamente se ingieren mejor las posturas sociológicas que remiten a lo social y cultural, a significados públicos sobre los hechos públicos —y no a procesos privativos entre dos mentes—, y entre ellas, con gran fortuna, las que explicaban los teóricos de los movimientos sociales. Los marcos vinculados a culturas políticas o identidades aparecen como una posible solución al debate objetivista, puesto que los marcos aportan significados propios a la realidad social, en la que se mueve constantemente el periodista. Esta orientación sociológica es la que sugiere Gaye Tuchman, iniciadora de las explicaciones de los *frames* desde el trabajo informativo.

#### 4.2. La propuesta de Gaye Tuchman

La propuesta de Gaye Tuchman sobre los *frames* se apoya en algunas de las concepciones hasta ahora examinadas: la explicación de los marcos de Goffman, o la convicción de que el hombre construye y constituye los fenómenos sociales son temas recurrentes en *Making news*, publicado en 1978 e inscrito dentro de la corriente del constructivismo social.

Este libro, sin embargo, introduce una importante novedad en los estudios del *framing*, ya que traslada las ideas de la sociología interpretativa al modo de entender el trabajo de los periodistas y del proceso de elaboración de una noticia. Es decir, esta investigación penetra en las redacciones, en las conversaciones de los periodistas con sus fuentes o en la dinámica de los consejos de redacción de un periódico. Se trata de un punto de vista interno, muy distinto al que sostenían los investigadores de la acción colectiva, quienes se acercaban a los medios en su dimensión exterior, como agentes sociales que competían con otros actores en la esfera pública.

Antes de que muchos de los autores de la acción colectiva investigaran sobre los marcos, Tuchman recogía el concepto de Erving Goffman e introducía su ya clásica metáfora de la noticia como una ventana por la que se miran los acontecimientos: "La noticia es una ventana al mundo (...). Pero la vista desde una ventana, depende de si ésta es grande o pequeña, de si su cristal es claro u opaco, de si da a la calle o a un patio..."<sup>60</sup>. Según las características de la ventana, su tamaño, su colocación o su forma, la realidad se observa de una forma determinada. Del mismo modo, los marcos de la noti-

<sup>60</sup> TUCHMAN, Gaye, *Making News*, Free Press, New York, 1978, p. 1.

cia producen y limitan el significado de las cosas. El encuadre o el *frame* genera formas diferentes de ver la realidad, así como de constituirla y se sitúa al margen de los postulados objetivistas afirmando la pluralidad de puntos de vista y la creación de la realidad que genera la información.

Para Tuchman, los elementos que determinan los *frames* de los medios de comunicación son su organización y las actitudes profesionales de los periodistas que trabajan en ellos. De modo análogo a la definición "goffmaniana"<sup>61</sup>, los marcos serían las normas transmitidas y compartidas por los miembros de una redacción a través de las cuales se mira la realidad sobre la que se informa. La noticia se constituiría como un proceso de socialización, ya que daría forma a los sucesos de modo que éstos pudieran ser compartidos socialmente y se definiría como "un producto de los informadores que actúan dentro de procesos institucionales y de conformidad con prácticas institucionales"<sup>62</sup>. El proceso informativo es un método de recogida, selección y difusión de información vinculado a la organización en la que se trabaja y a las entidades ya consolidadas. Por eso, según la autora, la noticia legitima el status quo de las instituciones sociales<sup>63</sup>.

En lugar de hablar de los encuadres que ponen un orden en la vida cotidiana de los individuos, como dijera Goffman, se explica ahora que son los periodistas quienes organizan la realidad para crear las noticias. La organización y las rutinas aceptadas por los profesionales se convierten en los elementos que determinan los encuadres de las noticias, los que llevan a seleccionar unos temas y a callar otros, a darlos en forma de noticia o reportaje.

El medio es visto como una organización en la que hay establecidos unos roles y modos de trabajar que influyen directamente en el producto que se manufactura: la noticia. El análisis se detiene en los factores que repercuten sobre las organizaciones, como su ordenamiento jerárquico, su distribución en secciones, los condicionamientos técnicos, etc.<sup>64</sup>. En cuanto a la profesionalidad de los periodistas, también se encuentra influida por las fuentes con las que cuenta, los recursos de credibilidad y objetividad que maneja, el estilo, el lenguaje o la ideología<sup>65</sup>.

<sup>61</sup> El término "goffmaniano", entendido como lo relativo a la obra de Goffman, está recogido en: SEBASTIÁN DE ERICE, José R., op. cit., p. 21.

<sup>62</sup> TUCHMAN, Gaye, op. cit., p. 4.

<sup>63</sup> *Ibid.*, p. 216.

<sup>64</sup> Para Tuchman los factores que influyen en los enfoques de la noticia son: el lugar desde dónde se cubre la noticia; la organización de las secciones; quién decide qué se cubre; el momento en el que suceden los acontecimientos y las tipificaciones o clasificaciones.

<sup>65</sup> Shoemaker y Reese en su análisis de la mediación informativa realizan una aproximación

Todos estos condicionamientos ayudan al periodista a moldear el mundo social y a ofrecerlo a su público. Constituyen el marco a través del cual el comunicador mira los acontecimientos. A la vez, mediante este marco la noticia define y da forma al propio suceso, porque, "tomado en sí mismo, un hecho no tiene significación. Indudablemente, hasta el dos más dos igual a cuatro es fáctico sólo dentro de ciertos sistemas matemáticos. Es la imposición de un marco de otros hechos ordenados la que permite el reconocimiento de la facticidad y la atribución de significado"<sup>66</sup>. Por tanto, el significado de los hechos lo otorga el periodista. Esta explicación sobre la facticidad y la atribución de significado no equivale a la demanda de contextualización e interpretación de los hechos. En el primer caso, el que indica Tuchman, se refiere a que los hechos de por sí no tienen significado. En el segundo caso, sería no equiparar hechos con los datos exactos y apelar a la necesidad del sentido de los acontecimientos<sup>67</sup>.

Para explicar el funcionamiento de estos marcos que aportan significado a los hechos, Tuchman toma prestados dos conceptos de la sociología cognitiva: la reflexividad y la indexividad<sup>68</sup>. La primera apunta al hecho de que los relatos se encuentran empotrados en la misma realidad que caracterizan, registran o estructuran; organizan o dan sentido al mundo en el que se encuentran para hacerlos accesibles<sup>69</sup>. La indexividad es la facultad por la que se pueden atribuir significados aparte del contexto donde fueron producidos y procesados pero necesitan de un contexto propio.

Las dos características son así componentes integrantes de la transformación de los sucesos en acontecimientos informativos. La noticia se acerca a los recursos sociales y culturales para presentar relatos y ella misma es un recurso para los actores sociales. Los marcos de la noticia, dentro de los entra-

similar a la de Tuchman. Para estos autores, existen varios niveles que influyen en el producto noticioso: las características individuales del periodista, las rutinas profesionales, la organización para la que trabaja, los anunciantes que contratan al medio, la audiencia a la que se dirige, la legislación que ampara su actuación, el trabajo de los otros medios, y la ideología (cfr. SHOEMAKER, Pamela J. y REESE, Stephen, op. cit.).

<sup>66</sup> TUCHMAN, Gaye, op. cit., p. 88.

<sup>67</sup> Que los hechos en cuanto datos exactos no tienen sentido es una idea que desarrollan algunos autores a los que me adscribo (cfr. SÁNCHEZ SÁNCHEZ, José Francisco, "Objetividad y verdad en el discurso periodístico", en *Estudios de periodística*, 2, II Congreso de la Sociedad Española de Periodística, Barcelona, 1994, p. 19).

<sup>68</sup> Reflexividad e indexividad son dos nociones que desarrolla la etnometodología de Garfinkel, en parte basado en las ideas de Alfred Schutz.

<sup>69</sup> Al igual que Schutz, Goffman presume que hay que ordenar mediante los marcos el mundo cotidiano. Cfr. GOFFMAN, Erving, *Frame Analysis...*, op. cit.

mados institucionales, producen y a la vez limitan el significado<sup>70</sup>. De este modo, Tuchman apunta que la noticia no sólo redefine, constituye y reconstituye significados sociales, sino que también define, redefine, constituye y reconstituye maneras de hacer las cosas.

La propuesta de Tuchman es contemplar los marcos dentro de un complejo institucional que da forma a los acontecimientos. Se trata de una aproximación en la que la autora se cuestiona si los métodos establecidos para el procesamiento de la información y su conversión en noticia permiten al periodista producir relatos verídicos sobre la vida social<sup>71</sup>.

Aunque no ofrece en ningún momento una definición concreta de los *frames*, la obra de Tuchman influye en los investigadores del *framing* que destacan los modos de organizar la información que tienen los medios. Considero que su aportación resulta de gran interés, puesto que si se quiere llegar a una concepción de los *frames* válida para el trabajo periodístico, resulta imprescindible avanzar por el camino propio de los medios, partiendo de sus peculiaridades y de su esencia; en definitiva, de un proceso de mediación entre una realidad que no percibimos directamente, contada por profesionales a los que no conocemos en persona, y una audiencia con la que no convivimos sino virtualmente. Es cierto que todos estos elementos, de un modo u otro, aparecen en muchos de los análisis de los marcos de los medios, pero la gran diferencia es que no se consideran como el punto de partida desde el que hay que desarrollar el estudio de los *frames*, sino como unos factores más que intervienen en la competencia social por imponer sus propios marcos, semejantes a los de los trabajos sobre la acción colectiva.

#### 4.3. El desarrollo de la teoría del framing

La mirada de Tuchman a través de los medios lleva a considerar la noticia como un modo de conocimiento. Al perfilar significados de la realidad,

<sup>70</sup> TUCHMAN, Gaye, op. cit., p. 209.

<sup>71</sup> Para Tuchman, decir que la noticia es indexiva y reflexiva, “desbarata la pretensión de los periodistas de producir relatos verídicos sobre la vida social, pone en cuestión si los relatos son justos porque la profesionalidad de la noticia se basa en métodos establecidos de reunir y procesar la información (...)” (TUCHMAN, Gaye, op. cit., p. 209). A mi entender, esta afirmación no es del todo cierta. Si bien los periodistas encuentran en su trabajo métodos institucionalizados, esto no significa que las noticias que se producen bajo esos métodos tengan que ser en consecuencia falsas. Las informaciones, resultado del modo de trabajar en los medios de comunicación, pueden ser una forma de acercarse a la verdad, y en algunos casos, la única.

la noticia y sus *frames* ofrecen visiones del mundo que interpelan al público, consciente o no del entramado institucional al que se someten los acontecimientos.

En este contexto, se aprecia un giro cualitativo en el modo de entender el *framing*. Los estudios de los movimientos sociales consideraban que la elaboración del sentido de los acontecimientos era una construcción social de la cual formaban parte los medios. Las investigaciones en comunicación sugieren que son los medios los que crean el significado de lo que ocurre en la sociedad. De este modo, "se pasa de hacer hincapié en la sociedad como creadora de significado a atribuir mayor peso a los medios en esta función"<sup>72</sup>.

Aceptadas las indicaciones de Tuchman, y frente a las tesis del objetivismo informativo, los distintos autores se preguntan ahora cómo visualizar los *frames*, cómo transformar la teoría en una serie de dimensiones operativas con las que se concrete el modo en el que los medios realizan el proceso del *framing*. Para ello Tankard y sus colegas recurren al análisis del formato y contenido de las noticias y detectan unos mecanismos en los que se encuentran los *frames* o los enfoques de una determinada noticia, tales como los titulares, antetítulos, subtítulos, fotografías, pies de foto, lead, fuentes, citas, logos, estadísticas, tablas y gráficos<sup>73</sup>. Con todos y cada uno de estos elementos integrantes de la noticia se subrayan unas ideas y se esconden otras, se caracterizan los sucesos o se reducen los hechos a sus hitos fundamentales. Para ellos, el *framing* es "la idea central organizadora del contenido de las noticias que aporta un contexto mediante un proceso de selección, énfasis, exclusión y elaboración"<sup>74</sup>. El *framing* es en gran medida selección de información.

Ahora bien, como ya se ha sugerido en otros trabajos<sup>75</sup>, estos tipos de análisis sólo identifican los enfoques que se presentan de algún modo en los componentes visuales y verbales de la información. Estos estudios argumentan, por ejemplo, que si a una noticia se le dedica bastante espacio se entiende que tiene prioridad sobre otras, o también que si aparece una buena fotografía de un personaje, se refleja simpatía hacia él. Este modo de entender el *fra-*

<sup>72</sup> AMADEO, Belén, op. cit., p. 83.

<sup>73</sup> Cfr. TANKARD, James, "Media Frames: Approaches to Conceptualization and Measurement", ponencia presentada en Communication Theory and Methodology Division Association for Education in Journalism and Mass Communication Convention, Boston, 1991; y NELSON, Thomas, op. cit.

<sup>74</sup> TANKARD, James, op. cit., p. 5.

<sup>75</sup> Cfr. CANEL, M<sup>a</sup> José, op. cit.

ming, responde a una visión basada únicamente en el contenido manifiesto del mensaje y en la que no se captan las tensiones entre los elementos expresados del significado ni entre lo que se dice y se deja de decir<sup>76</sup>. En otras palabras, en el proceso de elaboración de la noticia hay otras muchas cuestiones que no se reflejan directamente en el producto noticioso pero que resultan decisivas para comprender cómo y por qué se redactan de una determinada forma las informaciones, como por ejemplo, la relación del periodista con sus fuentes y con sus superiores, el mimetismo que ejercen las notas de prensa enviadas por gabinetes de relaciones públicas o el tiempo que tiene un redactor para elaborar su información.

Creo que los *frames* como ideas organizadoras no se reducen a los textos ni a los elementos visuales, si bien determinadas palabras, connotaciones y formas podrían ser indicadores fidedignos del *frame*.

De ahí que, en un intento de superar el mero análisis textual en la descripción de los *frames*, autores como Graber y Entman indican que los *frames* no sólo aparecen en los textos, sino que de algún modo se encuentran también en el emisor, el receptor y la cultura donde aparece el mensaje<sup>77</sup>.

La ubicación de los *frames* en estos cuatro lugares del proceso de comunicación refuerza la función de los enfoques al seleccionar y subrayar aspectos de la realidad. Se trata de esquemas compartidos que subyacen en las actitudes de los periodistas, que organizan la información; en los receptores, que son capaces de comprenderla; en los textos en los que se esconden y en la cultura en la que se generan. En definitiva, son tanto principios mentales de procesamiento de la información como características textuales.

Aún estando en estos cuatro lugares –periodistas, receptores, textos y cultura–, Entman, sin embargo, subraya de nuevo que los *frames* periodísticos están ligados a los textos noticiosos en cuanto que el mismo verbo *to frame*, indica para el autor, “la selección de algunos aspectos de la realidad percibida y hacerlos más prominentes en un texto comunicativo, de manera que promuevan definiciones particulares de los problemas, interpretaciones cau-

<sup>76</sup> Cfr. REESE, Stephen, GANDY, Oscar y GRANT, August (eds.), *Framing Public Life: Perspectives on Media and our Understanding of the Social World*, Lawrence Erlbaum, Mahwah, NJ, 2001.

<sup>77</sup> GRABER, Doris, “Content and meaning. What’s it all about?”, *American Behavioral Scientist*, 33 (2), 1989, p. 144. Cfr. ENTMAN, Robert M., “Framing U.S. coverage of international news: contrasts in narratives of the KAL and Iran Air incidents”, *Journal of Communication*, 41 (4), 1991, p. 6-27.

sales, evaluaciones morales y/o recomendaciones para el tratamiento del asunto descrito"<sup>78</sup>.

En la línea de Tankard y sus colegas, Entman concibe el *framing* como una selección de la realidad. A través de lo que el periodista pone de manifiesto se da una imagen determinada de lo que sucede en el mundo, porque de algún modo, al seleccionar esa realidad, la está haciendo más notable ante su audiencia. En este sentido, el *framing* sí que se puede equiparar con el segundo nivel de la *Agenda-Setting* (atributos seleccionados) como afirma Takeshita, puesto que los medios resaltan o esconden atributos de las cuestiones con el subsiguiente impacto en la agenda pública y también, a la idea del *gatekeeping*<sup>79</sup>.

Esta visión del *framing* concibe la "definición de la realidad" como una cuestión de selección. Lo que aparece manifiestamente en los medios es lo que realmente sucede en el mundo. Pero sin embargo, casi siempre las noticias definen la realidad tanto por lo que seleccionan como por lo que dejan de seleccionar. A veces, la ignorancia de una noticia es señal de cómo concibe el mundo un medio o también, la idea más importante de una noticia puede no aparecer textualmente pero sí de modo insinuado.

Por todo ello, coincido más con la definición que aporta Stephen Reese a la teoría del *framing* en los medios de comunicación. Para Reese, los *frames* son "los principios de organización compartidos socialmente, persistentes en el tiempo, y que trabajan simbólicamente para estructurar con significado el mundo social"<sup>80</sup>. La definición de Reese incluye los siguientes elementos: principios (tras la noticia hay un principio que produce un modo de encuadrar un problema); organizativos (hacen al mundo coherente, estructuran el significado); socialmente compartidos (insertos en las culturas); persistentes en el tiempo (se usan de modo continuado); y que trabajan simbólicamente para dar una estructura de significado.

Para Reese el *framing* no es una cuestión de selección de realidades, ni de lo que aparece de modo más frecuentemente en los medios. Los principios de organización a los que hace referencia no tienen por qué ser manifiestos y aparecer en el texto de la noticia, si bien los textos representan la máxima evidencia de los *frames*. En ellos, se puede adivinar cuáles son los principios que rigen y ordenan la noticia. Reese indica que estos principios se basan en

<sup>78</sup> ENTMAN, Robert M., "Framing: toward clarification...", op. cit., p. 52.

<sup>79</sup> Cfr. TAKESHITA, Toshio, op. cit.; PEÑA, Eugenia, op. cit.

<sup>80</sup> Cfr. REESE, Stephen, op. cit., p. 11.

las relaciones entre *frames*, fuentes e intereses, es decir, el *framing* estructura el conocimiento social y este conocimiento está sujeto a determinados intereses, pues sólo algunos se constituyen como fuentes para los informadores<sup>81</sup>. Por tanto, son las relaciones de poder las que explican los *frames* de la noticia.

Se vuelve así a un modo de comprender la teoría del *framing* vinculado a una ideología similar al que concebían los investigadores de los movimientos sociales. Para éstos, la creación de marcos con los que conseguir adhesión y movilización daba lugar a un concepto de marco ideológico, con el que se abanderaban posturas determinadas ante los problemas sociales. En su interés por acceder a la agenda de los medios, los movimientos se encontraban con la dificultad de hacerse un hueco entre las fuentes oficiales ya institucionalizadas, así como con unos marcos ya establecidos desde el poder.

La ideología desde este punto de vista no se comprende tanto como partidismo, sino como la capacidad legitimadora de algunos elementos para tener una amplia y persistente implantación social. Por ideología se entiende un sistema o discurso racional que plantea una explicación global de la realidad, haciendo que ésta encaje con las ideas preconcebidas. No es el resultado de la práctica informativa, sino que es un factor que le viene dado al medio de comunicación desde el exterior. Ahora bien, según estas explicaciones, los medios la asimilan como propia al recurrir en su trabajo diario a las fuentes de poder que defienden una concepción del mundo singular. De este modo, cuando el *framing* se entiende como el enfoque o punto de vista de las fuentes institucionales, adopta una función legitimadora del status quo, como definía Tuchman<sup>82</sup>.

A mi juicio, este tratamiento de los *frames* resulta reduccionista, pues si bien es cierto que los *frames* plasman la congruencia compartida de los significados dominantes, su elaboración no se puede abstraer a las relaciones de poder. En primer lugar, porque entonces estaríamos afirmando la imposibilidad de que un periodista recoja otras fuentes distintas a las consagradas como auténticas por su medio. En segundo lugar, porque en la creación de la noticia, además de los motivos ideológicos, influyen otros factores como la necesidad de cubrir un espacio determinado o de considerar qué publica la competencia<sup>83</sup>.

<sup>81</sup> Cfr. REESE, Stephen, op. cit.

<sup>82</sup> Cfr. HACKETT, Robert A., "Decline of paradigm? Bias and objectivity in News Media Studies", *Mass Communication Review Year Book*, 5, 1984, pp. 251-271.

<sup>83</sup> Cfr. SHOEMAKER, Pamela J., op. cit.

En mi opinión, tanto los investigadores de los *frames* periodísticos como los de los marcos de la acción social hablan de la ideología como consecuencia directa de su postura constructivista. Si el sujeto coloca sus categorías para conocer la realidad, resulta que "nuestro conocimiento es siempre relativo a un marco"<sup>84</sup>. Y por extensión de este argumento, cada uno tiene unos marcos distintos según su cultura o nacionalidad, según una ideología previa<sup>85</sup>. De este modo, se hará imposible responder con estas explicaciones de la teoría del *framing* a la cuestión de la objetividad periodística sin caer en una postura relativista.

Pero como a lo largo de estas páginas se ha considerado, este no es el único problema que soporta el *framing* en comunicación. Su consideración de elementos manifiestos de los mensajes, de esquemas estructurales o de marcos productivos de la noticia tiene connotaciones cognoscitivas que en gran parte se derivan de sus orígenes sociológicos. Desde la propuesta de Tuchman a los desarrollos posteriores, se arrastran cuestiones que hacen necesario recapacitar sobre si el paso de este concepto a la ciencia de la comunicación se ha realizado de modo oportuno.

##### 5. Revisión del concepto *frame* en los medios de comunicación

El análisis realizado hasta el momento, confirma, en la línea de Entman y Scheufele ya comentada, que el *framing* es un paradigma fracturado. Creo que no se puede afirmar que exista una definición unívoca y consensuada del *framing* como teoría. Desde sus orígenes en la sociología interpretativa hasta las aplicaciones en la comunicación, los distintos autores aportan delimitaciones y usos muy diversos del término. Y ni siquiera todas las aportaciones han ido avanzando hacia una misma dirección, de manera que resulta muy difícil hablar de una progresión continuada en los estudios del *framing*.

No obstante, las contribuciones realizadas permiten destacar algunos elementos comunes y plantearse, al menos, de qué se está hablando cuando se habla del *framing*.

<sup>84</sup> LICHTENBERG, Judith, "In defense of Objectivity", en CURRAN, James y GUREVITCH, Michael, *Mass Media and Society*, Arnold, Londres, 1997, p. 219.

<sup>85</sup> Para ver la conexión entre construcción de las noticias, marcos e ideología, cfr. BENNETT, Lance W., "An Introduction to Journalism Norms and Representations of Politics", *Political Communication*, 13, 1996, pp. 373-384.

Los *frames* y los marcos son estructuras para conocer la realidad, que aciertan al señalar que la realidad se mira desde distintos lugares, desde distintas ventanas, y que esa realidad cambia, siguiendo la metáfora de Tuchman, dependiendo de si la ventana por la que se mira es grande o pequeña, de si su cristal es claro u opaco, etc.<sup>86</sup>. La teoría del encuadre viene a subrayar, finalmente, que para el conocimiento de las cosas no hay un único camino, sino que se dispone de múltiples vías, perspectivas, y maneras de acceder a la realidad. De este modo, como respuesta al objetivismo positivista, el encuadre anula la idea introducida por James Callaghan, quien se refería a los medios como un espejo que muestra la sociedad<sup>87</sup>.

Ahora bien, en todos los estudios analizados, y en la definición que Reese proporciona, el *framing* tiene una función estructuradora del mundo. Goffman ya definía los *frames* como elementos estructuradores de la propia experiencia, también los teóricos de los movimientos sociales los incluían como los principios que ayudan a organizar la acción colectiva, y los analistas de los medios hablaban de esquemas que estructuran la realidad sobre la que se informa. Es decir, tanto unos como otros utilizan estos elementos para definir la vida social poniendo un orden en ella. Los principios que rigen las definiciones de situación son los *frames*, y en el caso de las informaciones, los principios que presiden las definiciones de la noticia. Por lo tanto, se está afirmando que el mundo necesita ser ordenado para su comprensión, así como que es el sujeto quien pone este orden. La realidad se muestra como un puzzle de piezas inconexas que el periodista sabe cómo presentar de manera inteligible, cómo otorgarle un significado.

Si se limita el análisis al ámbito de los medios de comunicación, podría derivarse entonces que los sucesos no tienen sentido hasta que no se transforman en noticias, e incluso que sólo se encuentra la lógica de lo que sucede en el mundo en los medios de comunicación. El encuadre hace referencia así a cómo se estructura el mundo, pero ¿es que el mundo no tiene una estructura? ¿vivimos en medio del caos?; y ¿sería esa estructura algo propio, un orden natural?; entonces, ¿realmente redactar una noticia supone colocar un orden a los acontecimientos?; y si es así, ¿qué tipo de orden se establece?

Como Judith Lichtenberg indica, este punto de vista se inserta en los postulados de la sociología interpretativa, para los que la realidad no es algo que

<sup>86</sup> Cfr. TUCHMAN, Gaye, op. cit.

<sup>87</sup> La referencia la recoge Tony Bennet de una entrega de los premios anuales del periodismo en la que Callaghan hace la comparación de los medios como espejos (cfr. BENNET, Tony, op. cit., p. 287).

esté ahí fuera, sino que es una producción, una creación, siguiendo la máxima de que "lo que se define como real es real en sus consecuencias"<sup>88</sup>. En este sentido, también generar noticias supone construir realidades, ¿quiere decir esto que aunque estas noticias no sean del todo precisas, el público puede tomarlas como realidades auténticas?

El estudio detenido del *framing* hace pensar que esta teoría pone demasiado peso en el sujeto cognoscente y deja entre paréntesis la realidad conocida. En los medios de comunicación, es el periodista quien tiene que organizar la realidad en todas sus dimensiones y hacerlo además bajo los dictámenes de normas y rutinas establecidas. Se supone así que la realidad sobre la que se informa de por sí no tiene un orden, que es un amasijo de elementos, fuentes y declaraciones a los que el periodista da forma como el escultor a la piedra. Si bien el periodista moldea su noticia del modo que estima conveniente, sin embargo, también tiene en cuenta el orden intrínseco a los hechos sobre los que informa. Este orden propio de las cosas se aprecia, por ejemplo, en las dimensiones temporales y espaciales de los acontecimientos, a las que los informadores tienen que acudir para contextualizar sus noticias. El tiempo y el espacio no son coordenadas que ha introducido el periodista para narrar su noticia, sino que son dimensiones que rodean y ordenan la realidad. Otra cosa es que las condensen o reduzcan para poder formar parte de los medios, pero eso sí, sin eludirlas en cuanto que constituyen el hecho mismo que pasa a ser noticia.

Los encuadres como principios organizativos están ligados al concepto de esquema, identificación muy recurrente también entre los teóricos de los marcos. La teoría del *framing* atribuye a los medios una función generadora de esquemas<sup>89</sup>. De este modo, considero que estas aplicaciones del *framing* dejan de lado la parte de marco social que contenía el concepto de Goffman, para subrayar únicamente su sentido estructural. Los encuadres se presentan como estructuras o esquemas que organizan los acontecimientos. Los periodistas aportarían a la sociedad unos esquemas que ellos han aplicado a la realidad. Se argumenta entonces que estos esquemas o categorías están en los periodistas antes de llegar al lugar de la noticia, y una vez contemplada ésta,

<sup>88</sup> Lichtenberg explica que esta cuestión se inserta en el debate filosófico entre idealistas y realistas. Para los realistas, hay un mundo fuera, independientemente de nuestra existencia. Los idealistas, como Kant, niegan que podamos conocer el mundo fuera de una perspectiva (cfr. LICHTENBERG, Judith, op. cit.). Sin embargo, tal y como se plantea aquí la cuestión, creo que conviene precisar que unos autores se están moviendo en el nivel del ser (lo que está fuera) y otros en el del conocer (lo que se puede llegar a conocer).

<sup>89</sup> Cfr. ENTMAN, Robert M., "Framing: toward clarification...", op. cit.

se adaptan para dar lugar a la información. Los *frames* estarían de nuevo en las mentes de periodista y audiencia, y no tanto en el desarrollo del trabajo informativo, conforme a las visiones psicologistas ya mencionadas<sup>90</sup>.

Además, hay que reparar en la cuestión de que, siguiendo a Tuchman, la creación de significados por parte de los comunicadores está asimismo inmersa en procesos institucionales<sup>91</sup>. De manera que, desde la teoría del encuadre, se considera a los medios más como agentes estructurales que como transmisores neutrales, que conceptualizan la realidad en unos parámetros para ofrecerla a sus audiencias. El mundo se observa, se organiza, desde un prisma condicionado tanto por la organización en la que trabajan los periodistas como por sus características personales o por el espacio donde se mueven. Los encuadres se revelan así como esquemas de interpretación de periodistas particulares en organizaciones y sociedades concretas. No basta con organizar el significado, sino que tiene que ser comprendido socialmente. Por esta necesidad de comprensión social, como se ha indicado, algunos autores han introducido un modo de ver el *frame* ideológico. Tanto desde los movimientos sociales como desde la comunicación se indica que los *frames*, en cuanto que condensan posturas en las que están conformes emisores y receptores de mensajes, impulsan el establecimiento de significados dominantes y por lo tanto, hegemónicos. Parece ser así, que las recetas objetivistas y el encuadre caen en la misma suerte al ser ambos legitimadores del status quo. Porque las reglas de la objetividad periodística, al identificar fuentes, protagonistas, temas o actitudes, también configuraban una imagen estable del poder. Distanciarse de estos postulados puede ayudar por lo tanto, a ofrecer una respuesta operativa al objetivismo sin caer de nuevo en sus mismos errores.

Finalmente, la lectura de la teoría del encuadre sugiere la posibilidad de plantearse si todos los puntos de vista son igualmente informativos y avanzando un poco más, si los teóricos del *framing* caen en una postura relativista al hacer esta consideración. En efecto, podría plantearse si la diversidad de modos de conocer lleva pareja una diversidad de cosas conocidas; si por afirmar la multiplicidad de puntos de vista se argumenta finalmente la imposibilidad de que las cosas puedan ser conocidas. Pero claro está que una cosa es la diversidad de accesos y otra que todos sean igualmente válidos o adecuados a la realidad que se comunica<sup>92</sup>. Se pueden encontrar diversos titulares

<sup>90</sup> Cfr. HACKETT, Robert A., op. cit.

<sup>91</sup> Cfr. TUCHMAN, Gaye, op. cit.

<sup>92</sup> Cfr. MUÑOZ-TORRES, Juan Ramón: "Objetivismo, subjetivismo...", op. cit.

ante un mismo hecho, pero ¿son todos igualmente informativos?, ¿dónde radica su validez?

Tanto estas cuestiones, como las anteriormente planteadas llevan a sugerir una reformulación de la teoría del encuadre de manera más congruente en la teoría y práctica profesional. Aunque resulta del máximo interés para el ámbito de la comunicación destacar el avance que supone el *framing* respecto al objetivismo, también se hace necesario plantear nuevas líneas que superen las deficiencias señaladas. En este sentido, los referentes de la realidad sobre los que validar una información, la ruptura con el concepto demasiado claustrofóbico de esquema que permita hablar de una dimensión más abierta de los *frames*, o la necesidad de aparcar la ideología como modo de conocimiento, deberían ser parte de las explicaciones de los encuadres del trabajo informativo.

### Bibliografía citada

- ALTHEIDE, David y SNOW, Robert, "Toward a theory of mediation", *Communication Yearbook*, 11, 1988, pp. 194-223.
- AMADEO, Belén, *La aplicación de la teoría del framing a la cobertura de la corrupción política en Argentina (1991-1996)*, Tesis inédita, Universidad de Navarra, Pamplona, 1999.
- ANDERSON, James A. y MEYER, Timothy P., *Mediated Communication: A social action perspective*, Sage, Newbury Park, 1988.
- BATESON, Gregory, *Steps to an Ecology of Mind. Collected Essays in Anthropology, Psychiatry, Evolution and Epistemology*, Ballantine Books, New York, 1972.
- BATESON, Gregory, *Una unidad sagrada. Pasos ulteriores hacia una ecología de la mente*, Gedisa, Barcelona, 1993.
- BENFORD, Robert D., "You could be the hundreth monkey: collective action frames and vocabularies of motin within the nuclear disarmament movement", *The Sociological Quarterly*, n. 34 (2), 1993, pp. 195-214.
- BENNET, Tony, "Media, 'reality', signification", en GUREVITCH, Bennet, CURRAN y WOLLACOTT (eds), *Culture, Society and the Media*, Menthuen, Londres, 1982, pp. 287-308.
- BENNETT, Lance W., "An Introduction to Journalism Norms and Representations of Politics", *Political Communication*, n. 13, 1996, pp. 373-384.
- BERGER, Peter y LUCKMANN, Thomas, *La construcción social de la realidad*, Amorrortu, Buenos Aires, 1983.
- BLUMER, Herbert, *Symbolic Interactionism. Perspective and Method*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, New Jersey, 1969.
- CANEL, M<sup>a</sup> José y SÁDABA, M<sup>a</sup> Teresa, "La investigación académica sobre las actitudes profesionales de los periodistas. Una descripción del estado de la cuestión", *Comunicación y Sociedad*, XII (2), 1999, pp. 9-32.
- ENTMAN, Robert M., "Framing U.S. coverage of international news: contrasts in narratives

- of the KAL and Iran Air incidents”, *Journal of Communication*, 41 (4), 1991, p. 6-27.
- ENTMAN, Robert M., “Framing: toward clarification of a fractured paradigm”, *Journal of Communication*, 43 (4), 1993, pp. 51-58.
- GAMSON, William A., *Talking Politics*, Cambridge University Press, New York, 1992.
- GINER, Salvador; LAMO DE ESPINOSA, Emilio y TORRES, Cristobal (eds.), *Diccionario de Sociología*, Alianza Editorial, Madrid, 1998.
- GITLIN, Todd, *The The Whole World is Watching*, University of California Press, Berkeley, 1980.
- GOFFMAN, Erving, *Forms of Talk*, Basil Blackwell, Oxford, 1981.
- GOFFMAN, Erving, *Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience*, Northeastern University Press, Boston, 1986.
- GONZÁLEZ GAITANO, Norberto, “Hechos y valores en la narración periodística informativa”, *Comunicación y Sociedad*, II (2), 1989, pp. 31-60.
- GRABER, Doris, “Content and meaning. What’s it all about?”, *American Behavioral Scientist*, 33 (2), 1989, pp. 144-152.
- HACKETT, Robert A., “Decline of paradigm? Bias and objectivity in News Media Studies”, *Mass Communication Review Year Book*, 5, 1984, pp. 251-271.
- HERITAGE, John: “Etnometodología”, en GIDDENS, Anthony y TURNER, Jonathan H., *La teoría social hoy*, Alianza Editorial, Madrid, 1990, pp. 290-350.
- IYENGAR, Shanto, *Is Anyone Responsible? How television frames political issues*, The University of Chicago Press, Chicago, 1991.
- JAY, Antony, *The Oxford Dictionary of Political Quotations*, Oxford University Press, Oxford, 1996.
- JOAS, Hans, “Interaccionismo Simbólico”, en GIDDENS, Anthony y TURNER, Jonathan H., *La teoría social hoy*, Alianza Editorial, Madrid, 1990, pp. 112-154.
- LICHTENBERG, Judith, “In defense of Objectivity”, en CURRAN, James y GUREVITCH, Michael, *Mass Media and Society*, Arnold, Londres, 1997, pp. 225-242.
- MARTÍN ALGARRA, Manuel, *La comunicación en la vida cotidiana. La fenomenología de Alfred Schutz*, Eunsa, Pamplona, 1993.
- MCDONALD, Donald, “Is Objectivity Possible?”, en MERRIL, J.C. y BARNEY, R.D., *Ethics and the press: Readings in Mass Media Morality*, Hastings House, New Jersey, 1975, pp. 69-88.
- McCOMBS, Maxwell y SHAW, Donald, “The Evolution of Agenda-Setting Research: Twenty-Five Years in the Marketplace of Ideas”, *Journal of Communication*, 43 (2), 1993, pp. 58-67.
- MUÑOZ-TORRES, Juan Ramón, “Concepciones epistemológicas implícitas en los libros de estilo de *El País*, *El Mundo* y *ABC*”, *Zer. Revista de estudios de comunicación* 9, 2000, pp. 277-318.
- MUÑOZ-TORRES, Juan Ramón, “Objetivismo, subjetivismo y realismo como posturas epistemológicas sobre la actividad informativa”, *Comunicación y Sociedad*, VIII (2), 1995, pp. 141-171.
- NELSON, Thomas; CLAWSON, Rosalee A. y OXLEY, Zoe M., “Media Framing of a Civil Liberties Conflict and its Effect on Tolerance”, *American Political Science Review*, 91 (3), 1997, pp. 567-583.
- PAN, Zhongdang y KOSICKI, Gerald M., “Framing analysis: an approach to news discourse”, *Political Communication*, 10, 1993, pp. 55-75.
- PEÑA, Eugenia, *Los medios de comunicación como constructores de la realidad. Aproximación teó-*

- rico-práctica al proceso de mediación, Tesis de master inédita, Universidad de Navarra, Pamplona, 1995.
- REESE, Stephen; GANDY, Oscar y GRANT, August (eds.), *Framing Public Life: Perspectives on Media and our Understanding of the Social World*, Lawrence Erlbaum, Mahwah, New Jersey, 2001.
- RHEE, June Woong, "Strategy and issue frames in elections campaign coverage: a social cognitive account of framing effects", *Journal of Communication*, 47 (3), 1997, pp. 26-48.
- RIVAS, Antonio, "El análisis de marcos: una metodología para el estudio de las ciencias sociales", en IBARRA, Pedro y TEJERINA, Benjamín, *Los movimientos sociales. Transformaciones políticas y cambio cultural*, Trotta, Madrid, 1998, pp. 181-215.
- SAMPEDRO, Víctor, *Nuevos movimientos sociales, agendas políticas e informativas: el caso de la objeción de conciencia*, Centro de Estudios Avanzados en Ciencias sociales, Instituto Juan March de Estudios e Investigaciones, Madrid, 1996.
- SÁNCHEZ SÁNCHEZ, José Francisco, "Objetividad y verdad en el discurso periodístico", en *Estudios de periodística*, 2, II Congreso de la Sociedad Española de Periodística, Barcelona, 1994.
- SCHEUFELE, Dietram A., "Framing as a Theory of Media Effects", *Journal of Communication*, 49, 1999, pp. 103-122.
- SCHUTZ, Alfred: *Collected Papers I*, Martinus Nijhoff, La Haya, 1962.
- SEBASTIÁN DE ERICE, José R., *Erving Goffman. De la interacción focalizada al orden interactivo*, CIS, Madrid, 1994.
- SHOEMAKER, Pamela J. y REESE, Stephen, *Mediating the message. Theories of influences on Mass Media Content*, Longman, New York, 1991.
- SNOW, David A.; BURKE, E.; WORDEN, STEVEN, K. y BENFORD, Robert D., "Frame Alignment Processes, Micromobilization, and Movement Participation", *American Sociological Review* 51, 1986, pp. 464-481.
- STEBBINS, Robert A., "Studying the definition of the situation: theory and field research strategies", en MANIS, Jerome G. y MELTZER, Bernard N. (eds), *Symbolic Interaction*, Allyn and Bacon, Inc., Boston, 1972, pp. 337-355.
- TAKESHITA, Toshio, "Exploring the media's roles in defining reality: from issue-agenda setting to attribute-agenda setting", en McCOMBS, Maxwell, SHAW, Donald L., WEAVER, David (eds.), *Communication and Democracy. Exploring The Intellectual frontiers in Agenda-Setting Theory*, Lawrence Erlbaum Associates, New Jersey, 1997, pp. 15-27.
- TANKARD, James, "Media Frames: Approaches to Conceptualization and Measurement", ponencia presentada en Communication Theory and Methodology Division Association for Education in Journalism and Mass Communication Convention, Boston, 1991.
- TARROW, Sidney, *El poder en movimiento. Los movimientos sociales, la acción colectiva y la política*, Alianza Universal, Madrid, 1997.
- THOMAS, William I., "The definition of situation", en MANIS, Jerome G. y MELTZER, Bernard N. (eds.), *Symbolic Interaction*, Allyn and Bacon, Inc., Boston, 1972, pp. 331-336.
- TUCHMAN, Gaye, *Making News*, Free Press, New York, 1978.