

CAPÍTULO 11

EL ANÁLISIS DEL DISCURSO PERIODÍSTICO DESDE LA PERSPECTIVA DEL FRAMING

Dr. Marco Bruno, Universidad de Roma, La Sapienza, Italia

Resumen

Este capítulo tiene como objetivo principal proponer una sistematización de la perspectiva del framing en el análisis del discurso periodístico. En la base de la amplia utilización de esta perspectiva en estudios de medios y, en lo que respecta a esta contribución, específicamente en el análisis de la información, existe su capacidad para definir el papel de los medios en los procesos de construcción de conocimiento y discurso público. Esta es una perspectiva que, si se usa bien, muestra elementos de gran interés tanto a nivel teórico-conceptual como a nivel empírico y metodológico.

El capítulo se centra en particular en la dimensión metodológica y en el complejo proceso de operacionalización de los frames en el análisis del discurso periodístico, a partir de una clasificación de los principales métodos de investigación sobre el framing y los nodos problemáticos más relevantes. También es una cuestión de considerar cómo los procesos de framing se configuran como un “dispositivo” cultural y mediático complementario a otras dinámicas (a partir de la agenda setting), más tradicionalmente investigadas sobre el papel de los medios en el proceso de construcción social de la realidad.

Introducción

El framing como perspectiva empírica en los estudios de los medios

Las referencias a los conceptos de *framing* y de *frame analysis*, durante algunos años, abundan en las investigaciones empíricas sobre los medios y los contenidos periodísticos, a veces con no pocas distorsiones conceptuales e incertidumbres teóricas. El mismo concepto de *frame* se presta a un uso genérico, a veces improvisado, debido en primer lugar a su interdisciplinariedad intrínseca y a la superposición y estratificación de acepciones diferentes. Al limitarse a la esfera comunicativa y mediática, se utiliza de vez en cuando para referirse a un nivel avanzado de la *agenda setting*, a una simple tematización, a un cuadro ideológico, a un proceso afín a el *priming*, etc. Se habla, después, difusamente de marco interpretativo, clave de lectura, cuadro, perspectiva, etc., a un nivel más descriptivo, para evidenciar específicas opciones léxico-terminológicas, metáforas u otras opciones retóricas en la producción de contenido periodístico.

En cuanto al contenido de la información, la idea detrás del concepto del *frame* es que las dimensiones lingüística, argumentativa e icónica, así como la tematización de temas y sub-temas específicos, juegan un papel decisivo en los procesos de representación activando una acción, precisamente, de *framing*, entendido como un proceso mediante el cual los medios “enmarcan” un evento o tema, definiendo sus coordenadas interpretativas seleccionando, enfatizando u omitiendo algunos aspectos y no otros.

Se discutió también de un “*framing effect*”, por lo que el público adoptaría las mismas categorizaciones e interpretaciones adoptadas por los medios de comunicación, encuadrándolas de cierta manera en un tema dado. El tema de los efectos es central y, hasta cierto punto, implícito en cualquier reflexión sobre la construcción de significados por los medios de comunicación; el análisis sobre el *frame* puede entonces insertarse también dentro de la evolución de las teorías de la comunicación y los efectos de los medios. También, en esta contribución, trataremos de resaltar sobre todo los mecanismos representativos como tales, de alguna manera posponiendo la reflexión sobre el efecto producido en términos de consecuencias para el público. Asumimos, por lo tanto, una perspectiva que, aunque lejos de ignorar la centralidad del público y su papel en la negociación de las

representaciones sociales y los significados con los proveedores de información, examina principalmente el contenido transmitido por los medios de comunicación.

La dimensión empírica es por lo tanto explorada aquí abordando algunos de los nodos conceptuales y epistemológicos del *frame* como un dispositivo comunicativo y como una herramienta de análisis para el sociólogo o el especialista de la comunicación, que aplica su investigación al estudio de los procesos de comunicación y construcción de la realidad social, así como las prácticas de definición y producción de objetos y representaciones culturales¹.

Explicar el frame

De esta riqueza conceptual y definiciones es necesario extraer los elementos más útiles, instrumentalmente, al discurso que intentamos conducir². Desde un punto de vista comunicativo, el concepto de *frame* se refiere esencialmente a las formas en que los temas y las historias están representados, y a las formas en que a estos temas e historias se atribuyen significado. Se trata por lo menos de dos enfoques complementarios: el *frame* como un marco que delimita y que “encuadra” ciertos aspectos de un tema dado, y la estructura de las relaciones que organiza y conecta estos elementos y los hace coherentes; es así como la combinación de estos procesos representativos atribuye así a ese contenido un cierto significado entre los muchos posibles.

Ya la mera selección por los proveedores de información de aquellos aspectos considerados importantes representa, desde este punto de vista, una *news slant* (Entman, 1989, cit. en Marini, 2006, p. 71), es decir, una “inclinación” evaluativa e interpretativa de la noticia. Cada *issue* puede entonces ser representada a través de diversos ángulos y la perspectiva particular elegida puede influenciar el juicio del público hasta que cambien su opinión (Entman, 1993), incluso en términos de posicionamiento y apoyo político (Terkildsen & Schnell, 1997).

Tratando en detalle las diversas definiciones, es útil señalar que, sin embargo, se articulan en parte de un enfoque y una mayor especificación

1 Algunas de las reflexiones presentadas aquí han sido desarrolladas, por el autor, con más detalle en un texto monográfico (en italiano): Bruno, M. (2014), *Cornici di realtà. Il frame e l'analisi dell'informazione*. Milano: Guerini e Associati.

2 Para una visión más detallada de las diversas definiciones: Bruno, 2014, pp. 21-57.

del tema de los *media effects*. Así, suponiendo una continuidad entre *agenda setting*, *priming* y *framing*, el *frame*, sin embargo, se refiere a cómo está representada la noticia (Marini, 2006), que necesariamente sigue, en términos conceptuales, lo que se representa, es decir, la selección y el “establecimiento” de la agenda en términos jerárquicos.

En particular, como veremos, el tema de la selección y su conexión con el concepto de salida es central. En la base de muchas concepciones del *frame* está el llamado principio de énfasis, el reconocimiento de que el primer mecanismo de *framing* es precisamente la selección de algunos aspectos de la realidad y no de otros. Este factor, combinado con la atención a una “postura” evaluativa, es evidente en una de las definiciones más conocidas, la de Entman que afirma que hacer *frame* significa «*to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation for the item described*» (Id., 1993, p. 52, cursiva en original).

Frame como principio organizativo-interpretativo, forma y estructura

El principio de “conectividad” subrayado por Gamson (2003) permite avanzar hacia otras formulaciones del *frame*, que buscan capturar, sobre todo, su importancia como instrumento del proceso de construcción social de la realidad; Gamson habla de «central organizing principle that holds together and gives coherence to a diverse array of symbols or idea elements» (Id., 2003, p. x).

El análisis de los diferentes elementos que, en los medios, pueden representar el *frame*, entonces, se refiere también a las relaciones entre esos elementos. Imaginándolos como elementos de una *estructura* o *marco* (como en un vehículo), su forma y su combinación produce tanto la apariencia que el mensaje presente cuando se ven desde el exterior, así como sus componentes internos que soportan la construcción. El *frame* es al mismo tiempo una *estructura* de apoyo (*esqueleto*, *bastidor*, soporte) y su forma exterior³. «Como en un edificio, es el esqueleto, la estructura que da soporte y forma al todo:

3 Las palabras en cursiva aquí, *estructura*, *bastidor*, *esqueleto*, así como otras – *armazón*, *armadura*, *marco*, *chasis*, *cuadro* – son todas traducciones posibles (por supuesto según diferentes significados) del término inglés *frame*, por ejemplo cuando se utiliza en el campo de la edificación, la arquitectura y las “construcciones”.

esta estructura es invisible a nuestros ojos una vez terminada la construcción, sin embargo podemos deducir su presencia» (Marini, 2006, p. 70).

Traduciendo la metáfora, los componentes del *frame* y sus combinaciones soportan el discurso, lo ponen en una forma y le dan un aspecto que se puede sostener: el *frame* es así «un recurso precioso, estructura y marco, es indispensable para ensamblar y mantener la imagen de la realidad, no añade a la realidad pero la sostiene, por lo que un error de *framing* es un verdadero desastre» (Bovone, 2001, p. 10). Son entonces esenciales los atributos de coherencia y cohesión, que unirán los elementos del contenido que se está representando. Estos elementos (opciones lexicales, imágenes, metáforas y locuciones de jerga, entonaciones e inclinaciones de perspectiva, etc.) son al mismo tiempo los pilares y los ladrillos, el mortero y el revestimiento del edificio discursivo que se produce y se presenta en los ojos y en el sentidos del público.

No es sólo una efectiva metáfora arquitectónica, sino la entrada completa de nuestro discurso en una perspectiva constructora. Así como un chasis de vehículo sirve como base para varios otros componentes, pero es necesario saber cómo se combinan las distintas partes si queremos saber el aspecto final que tendrá el vehículo; y sobre todo, la forma del chasis nos dirá mucho sobre sus características y su funcionamiento. Así, para volver a la imagen del edificio en construcción, las diversas partes definen la forma y al mismo tiempo sostienen la estructura. Por lo tanto, es posible que el resultado final de la representación periodística de un evento aparezca como una forma coherente, pero que la forma externa sea el resultado de la construcción y combinación de sus diversos elementos internos de acuerdo con un diseño preciso y un esquema constructivo.

Por lo tanto, llegando a la construcción textual del contenido comunicativo, el *frame* puede presentarse como un marco y una estructura de relaciones (implícitas o explícitas) entre los elementos textuales o visuales que se utilizan en el discurso en términos connotativos con respecto a un objeto especificado, definido por elementos denotativos. Más o menos en este mismo lado es la definición de *frame* de McCombs, que tiene como objetivo vincular la acción de *framing* a la configuración de la agenda; para el sociólogo norteamericano (uno de los padres fundadores de la teoría de la agenda setting), el *frame* tiene una clara dimensión connotativa en cuanto se relaciona con los atributos del objeto que se considera, y se define como «a dominant perspective on the object, a pervasive description and characterization of the object» (McCombs, 2005, p. 546). Las relaciones entre

los diferentes atributos y entre ellos y su objeto de referencia (ya sea un tema o un evento) construyen una específica acción de *framing*. Refiriéndose en particular a la obra de Tuchman (1978), el *framing* es el «proceso a través del cual los profesionales del periodismo dan orden [a los] eventos, los reordenan, les dan significado, identifican una directriz y al final los reportan» (Barisione, 2006, p. 31).

Por ello, los esquemas y modelos por los que se combinan los elementos caracterizan el contenido mediático en el sentido de que los «*media frames* are persistent patterns of cognition, interpretation, and presentation, of selection, emphasis, and exclusion, by which symbol-handlers routinely organise discourse, whether verbal or visual» (Gitlin, 1980, p. 7).

Modelos de framing

La *communication research* está sin duda en deuda con otras tradiciones de investigación en el *frame*; con ellas, la contribución de la psicología, en particular los enfoques psico-sociales y cognitivistas, es ciertamente importante. La investigación y los experimentos, por ejemplo, basados en la “manipulación” del *frame* son ilustrativos a este respecto. Estas investigaciones están buscando un *framing effect*, y el esquema clásico que las personas están sujetas a mensajes con *frame* específicos; luego se alteran las expresiones utilizadas para definir una situación o problema social⁴.

Debe decirse que la atención de muchos experimentos de manipulación son principalmente, si no exclusivamente, en la dimensión lingüística que tiende así a definir el *frame* de una manera bastante limitada y específica, por lo que se opone a conceptos más amplios y generales. En particular, tienden a definir polaridades de *frames*, en la mayoría de los casos pares dicotómicos de perspectivas interpretativas.

Los estudios que investigan el *frame* mediante manipulaciones del lenguaje tienden a detectar la única dimensión psicológica y perceptual, y en la práctica de la investigación, manipular el *frame* se refiere a una “definición comunicativa y lingüística” de la situación frecuentemente binaria. Los escenarios políticos y sociales que subyacen a la presentación de los eventos y emisiones dentro de ciertos marcos suelen ser mul-

4 Un ejemplo clásico de este enfoque son los estudios de Tversky y Kahneman (en particular, 1981; véase también, Kahneman & Tverski, 1979 y Kahneman & Tverski, 1984).

tidimensionales y difícilmente reducibles a dos caracterizaciones alternativas de ellos. Estos son, por lo tanto, modos alternativos de definir situaciones y sus características, pero para las cuales las posibilidades son generalmente múltiples, y a menudo vinculadas a más opciones y no sólo a dos caminos construidos bajo condiciones artificiales, podríamos decir “en el laboratorio”.

Del mismo modo, en algunas investigaciones se prefiere la conceptualización del marco específico y delimitado por razones teóricas y sobre todo empíricas (por ejemplo Scheufele, 2000). Sin embargo, según de Vreese (2005b), la mayoría de estudios abarca, más o menos explícitamente, un marco más amplio y más general, una conceptualización deudora de la definición del *frame* como “la idea central de organización”. Esta definición del *frame* está relacionada con *la forma en que se presentan* las cuestiones (las *issues*) – a menudo opuestas a la fijación de la agenda, limitada a la importancia de las cuestiones – y se utiliza comúnmente en muchos estudios de noticias y parece ser una visión ampliamente intuitiva (a veces implícita) del proceso de *framing*.

Sin embargo, concepciones más generales y amplias consideran el *frame* como una clave para leer y enmarcar el tema (Marini, 2006, p. 69) y la perspectiva es definitivamente mucho más multidimensional. El *frame* es de hecho un marco que delimita, pero también impone una organización precisa de conceptos y argumentos dentro de él. En estos criterios de organización son muy relevantes los valores de referencia que, en una visión macro, definen las “visiones del mundo” en las que se inserta la narración de los eventos. Lo que entra en juego, también, es un valor moral, para algunos ideales ideológicos. Pero sobre todo, se asocia – aunque no se dice que lo reemplace – a los determinantes cognitivos, explorados principalmente por el enfoque psicosocial y la referencia a la dimensión cultural⁵.

Los *frames* activan así el conocimiento y estimulan «stocks of cultural morals and values, and create contexts» (Cappella & Jamieson, 1997, p. 47). La cuestión está directamente relacionada con la concepción de la cultura, y por lo tanto de las existencias de *frames* culturales potencialmente preexistentes y entonces disponibles, y que son estimuladas y activadas. El proceso de *framing* consiste, así, en que emergen grupos de significados a través del recuerdo y las «resonancias culturales» (Gamson, 1992).

5 Sobre el tema, cf. en particular Gamson, 1992.

El énfasis en la dimensión cultural es, por lo tanto, una referencia directa a la construcción de los *frames* como una producción de significados culturales. El *frame* se presenta entonces como un concepto multidimensional, que puede ser descrito como el conjunto de contenidos verbales, visuales y simbólicos que, organizados dentro de un texto, constituyen un momento significativo en la construcción de significados (Reese, 2003, p. 15).

Una clasificación de las investigaciones sobre el *frame*

En los últimos años, las referencias a el *frame* son uno de los enfoques más populares de la investigación aplicada en el campo de la comunicación, en algunos aspectos reemplazando en cantidad la teoría de la agenda setting y la cultivation theory (Bryant & Miron, 2004). Un estudio de Borah (2011) cuenta y analiza, en la década entre 1997 y 2007, 379 artículos en un total de 93 revistas científicas y de ciencias de la comunicación que se pueden catalogar como “framing research”⁶.

Las investigaciones sobre los *frames* en el periodismo frecuentemente comparte una pobre conceptualización del mismo concepto de *frame*: cuando ni siquiera se asume de forma implícita o casi intuitiva, las “referencias literarias” y las “definiciones teóricas” se complementan con su propia visión específica del *frame*, a menudo adecuada sólo para el propósito de ese trabajo. Evidentemente, esta forma de proceder es plenamente legítima y, probablemente, eficaz desde el punto de vista instrumental. De hecho, probablemente su eficacia empírica incluso en presencia de algunas deficiencias teórico-conceptuales es una de las fuerzas de un concepto que es muy maleable. Sin embargo, es bastante singular que, al profundizar, el consenso sobre el *frame* como dispositivo conceptual e instrumento analítico parezca más limitado de lo que se podría pensar, basándose en el número de estudios que lo utilizan como clave interpretativa en el análisis de la comunicación y de la información.

Además de los problemas ya reportados de conceptualizar el *frame* como una perspectiva teórica (Bruno, 2014; Cacciatore, Scheufele & Iyengar, 2016), también se limita el consenso sobre cuáles son los modos (de Vreese, 2005b, p. 53) con los cuales identificar los *frames*. El siguiente es un

6 También hay 35 artículos que mencionan el término pero no usan el *frame* como un instrumento empírico o teoría de referencia. Sobre la selección de revistas y sobre todo sobre los resultados de detalle, cf. Borah, 2011.

intento de poner orden en diferentes enfoques y en diferentes caminos de investigación.

Esta propuesta está articulada en tres ejes:

1. *frames* generales o específicos; detectado a través de
2. enfoques deductivos o inductivos; con métodos predominantemente
3. estándar o no estándar.

Frame generales y específicos

Una diferenciación significativa, basada en la naturaleza y en el contenido del *frame*, está entre *frame* generales o *frame* específicos. Algunos se relacionan con temas específicos y son relevantes solo para algunos de ellos, mientras que otros son capaces de trascender las limitaciones planteadas por el sujeto en cuestión y, como generales pero no necesariamente genéricos, ser identificados y efectivos en relación con diferentes temas y contextos potencialmente diferentes, incluyendo los culturales.

Frames generales

Los *frames* se utilizan de manera recurrentes y transversal en diferentes contextos empíricos, es posible identificar una tipología dentro de la misma categoría de *frames* generales.

Un primer set de *frames* se ocupa de los estudios sobre la comunicación política, en la mayoría de los casos estudiada con respecto a las campañas electorales.

El más común, y desde cierto punto de vista casi intuitivo, se refiere al esquema *ganar/perder* la competición política. Esta es una especificación del llamado “game schema” (Patterson, 1993) en las noticias de la campaña electoral. El “juego” se refiere a la colocación de los candidatos en la competencia política, entendida justo como *carrera*, “horse race”. Ciertamente es posible ampliar el discurso a todos aquellos *frames* que recogen plenamente desde el

7 Por ejemplo, se ha demostrado (Patterson, 1993) el aumento en el recurso del esquema de en la cobertura de las elecciones americanas entre 1960 y 1992.

vocabulario y la imaginación deportiva en la presentación e interpretación de las noticias, y la comunicación política ofrece innumerables ejemplos. Uno de ellos es el *strategic frames*. Evidentemente, esto es una extensión del esquema “de juego” que articula la comunicación política (no sólo en la campaña electoral), no sólo como una competencia, sino también como una “guerra de posición” en la que está implícita una visión estratégica (aparentemente de medio/largo período) de la imagen de los políticos, su posicionamiento y el tomar parte de expertos, periodistas, partidarios, incluyendo referencias generales a “ciudadanos”, “votantes”, “el País”, “instituciones” etc. Las noticias con un “frame estratégico” se centran en el binomio victoria/derrota, estilo, percepción y performance de los candidatos, con un lenguaje de guerra, juego, competencia y peso atribuido al público, incluso con referencia a encuestas de opinión⁸.

Un segundo conjunto de *frames* generales es vinculado a las convenciones y prácticas del periodismo. Entre ellos el más utilizado es ciertamente lo que distingue entre un tratamiento *temático* o *episódico* (Iyengar, 1991). Esta distinción se define sobre todo sobre la base de la práctica representativa de los productores de noticias y se concreta en la práctica de tratar con los eventos como *unicum* (*frame* episódico) o insertarlos en una temática más amplia (*frame* temático). Aunque si el mismo Iyengar señala que muy pocas historias son de hecho exclusivamente temáticas o episódicas (Id., 1991, 145), son obviamente los medios que las organizan de esta manera, incluso, y muy poca intervención del periodista: por ejemplo, es suficiente con abrir una noticia con frases tales como “enésimo episodio de ...”, insertando así el evento en una secuencia y luego en un “tema”. En cualquier caso, esta distinción entre *frames* episódicos o temáticos es muy útil y porque, como *frames* generales, pueden aplicarse a una variedad de *issues* (independientemente del contenido específico de la noticia), o porque conecta directamente un principio de organización (un solo caso más o menos desconectado de una cadena de eventos o un tema) a un modelo representativo⁹.

Otros estudiosos (Neuman et al., 1992) construyen una lista de *frames* posibles de aquellos que se cree que son utilizados por el público. Esta forma de proceder tiene ciertamente importantes implicaciones desde un punto

8 Sobre el tema, cf. entre otras Cappella & Jamieson, 1997; de Vreese, 2005a.

9 Específicamente, el autor identificó cómo la atribución de responsabilidades (el objeto principal de su estudio) se refiere más a menudo a la dimensión individual en *frames* episódicos y en dimensiones sociales y colectivas en el caso de *frames* temáticos (Iyengar, 1991).

de vista empírico y metodológico: es señalar los posibles *frames* a partir de una detección de cómo las personas normalmente interpretan los hechos y luego, una vez definidos estos *modelos de lectura de la realidad*, buscarlos en el periodismo, identificando indicadores apropiados de su presencia. Específicamente, los autores identifican los siguientes *frames*:

- *human impact*, en el cual el *frame* se centra en describir grupos e individuos afectados por un tema;
- *powerlessness*, en el cual el *frame* se relaciona con la presencia de fuerzas que superan las capacidades operativas de individuos o grupos;
- *económicos*, donde el *frame* se articula en términos de valor económico y cálculos de costo/beneficio;
- *valores morales*, en el que el *frame* se refiere a una dimensión ética, moral y de prescripciones sociales;
- *conflicto*, en el que el *frame* se refiere a la práctica periodística común para articular la historia en términos de choque y competencia entre dos posiciones, interpretaciones, etc.

Sobre esta distinción y sobre la de Iyengar (1991) se construye otra tipología bien conocida e indudablemente funcional; Semetko y Valkenburg (2000) utilizan, de hecho, las siguientes categorías:

- *conflicto*, *frame* que enfatiza el conflicto entre individuos, grupos o instituciones;
- *human interest*, *frame* que pertenece al lado humano e implica un ángulo emocional de presentación de los acontecimientos;
- *consecuencias económicas*, un *frame* que presenta un evento, un tema o un problema en términos de las consecuencias económicas para los individuos, grupos, instituciones, regiones, naciones;
- *aspectos morales*, un *frame* que inserta un evento, un tema o un problema en el contexto de principios religiosos o recetas morales. Dadas las normas profesionales de objetividad, los periodistas a menudo se refieren a los *frames* morales de una manera muy indirecta, por ejemplo, a través de citas o inferencias, o permitir que alguien más plantee la cuestión (Semetko & Valkenburg, 2000, p. 96; Neuman et al., 1992);

· *atribución de la responsabilidad*, un *frame* que presenta un tema o problema que centra la atención en la atribución de responsabilidad por causas o soluciones a gobiernos, instituciones o individuos.

Frames específicos

Los *frames* específicos son aquellos relacionados con un determinado tema o issue y, desde el punto de vista empírico, a menudo (pero no necesariamente) utilizados de vez en cuando con respecto a un objeto específico de investigación. Por esta razón, no es útil articular más tipología dentro de la categoría, pero sí señalar algunos ejemplos.

Sobre *frames* específicos trata la famosa obra de Gamson y Modigliani (1989), que estudia la evolución de los *frames* (comparándolos con los puntos de vista de los americanos) sobre la energía nuclear en las noticias (específicamente noticias televisivas, semanales, editoriales y caricaturas). Los *frames* identificados son el *progreso*, la *independencia energética*, la *responsabilidad pública*, el *ecologismo*, los *costos excesivos*, el “pacto con el diablo” y el fatalismo (*runaway*). El análisis de *frames* muestra diferencias en los diversos formatos de periodismo, pero sobre todo la evolución temporal de los modos representativos, especialmente en consideración de algunos accidentes de energía nuclear (Three Mile Island de 1979 y Chernobyl de 1986).

Frames específicos también se identifican en nuestra encuesta sobre la representación en los medios de comunicación italianos de una revuelta de los inmigrantes en Brescia (Bruno, 2013), en el que sobre la base del contenido de la noticia (temas, subtemas, personas interpeladas, dimensión léxica, imágenes, etc.) se ha señalado que el campo de la representación mediática estaba dividido entre 1. instituciones y políticas, portadores de un *frame securitario* y de orden público, 2. partidos, iglesia, sociedad civil, activistas, cuyos discursos fueron leídos en un *frame de solidaridad*. Y por último -y que surgió en su autonomía sólo en el proceso de observación y procesamiento de la información recogida-, 3. los mismos emigrantes, que en una rara ocasión de discurso directo y no mediado, expresaron su *propio frame de “derechos”*¹⁰.

Ciertamente, la especificidad de un *frame* está a favor de una mayor profundidad, precisión y capacidad explicativa, sin embargo, también puede

¹⁰ Sobre este mismo tema, la representación de las migraciones en los medios italianos, cf. también Binotto, Bruno, Lai, 2016.

tener desventajas en términos de relevancia cognitiva, capacidad de generalizar o controlar los resultados en el tiempo, o ofrecer elementos comparativos. Por otra parte, los *frames* demasiado genéricos y adecuados o adaptables a cada cuestión pueden resultar ineficaces o, en algunos casos, restituir resultados en gran medida descontados o tautológicos.

Probablemente, el investigador atento es sin duda capaz de establecer su propia investigación y optar por utilizar *frames* (al igual que otras “herramientas” de conocimiento) hasta el nivel óptimo de especificidad; o probablemente, de hecho, ambos enfoques son legítimos también en la consideración de los diferentes temas investigados, el mayor o menor conocimiento previo sobre estos y otros factores. Sin embargo, es cierto que algunas cuestiones son ciertamente muy sensibles a estas opciones, en primer lugar la comparabilidad de los resultados. La ausencia de comparaciones, de análisis longitudinales y de programas de investigación a largo plazo contribuye a «una de las tendencias más frustrantes en el estudio del *frame* y del *framing*», a saber, la práctica de «generar un conjunto único de marcos para cada uno investigación» (Hertog & McLeod, 2001, p. 150).

Pero es evidente que, a partir de listas de *frames* específicos encontradas en diferentes investigaciones, es posible crear listas que se pueden rastrear en otros casos y en referencia a diferentes campos temáticos, y por lo tanto pueden transformarse en *frames* generales. Un ejemplo puede ser el de algunos de los marcos específicos arriba identificados: *seguridad/orden público* (Bruno, 2013), *costos excesivos* o *responsabilidad pública* (Gamson & Modigliani, 1989).

Por otra parte, algunas *frames* pueden estar situadas en la intersección entre los generales y específicos, como el *frame* de “conflicto”, que puede definirse en términos específicos de un tema delimitado, o como uno de los *frames* generales donde el periodismo puede organizar sus propios informes de varias cuestiones.

Rutas empíricas deductivas e inductivas

Luego está el tema de la “postura” metodológica y de la dirección que elijamos en el camino interpretativo. Desde este punto de vista, es posible distinguir dos rutas que, por conveniencia explicativa y siguiendo algunas clasificaciones (de Vreese, 2005b), pueden definirse como deductivos o inductivos.

Enfoque deductivo

En el enfoque deductivo se analiza el contenido de los medios de comunicación y de las noticias con el fin de verificar si existe o no – y posiblemente el estudio de las articulaciones específicas – de determinados *frames* definidos *a priori*, o en cualquier caso cuya presencia es hipotetizada *ex ante*. A su vez, esta dimensión deductiva puede ser intersectada con la distinción, que acabamos de ver, entre *frames* generales, y por lo tanto considerada válida para diferentes argumentos y temas o *frames* específicos.

El enfoque *deductivo* con *frames generales* puede analizar textos comunicacionales a partir de distinciones tales como aquellas entre *frames* temáticos y episódicos, o referirse al llamado *game schema* que siempre ha sido discutido con los *frames* en general.

El enfoque *deductivo* con *frames específicos* consiste en definir *a priori* los *frames* a detectar, pero identificados entre los ya utilizados en la literatura sobre el tema o sobre temas similares, y en todo caso refiriéndose al ámbito temático específico.

Claramente esta segunda opción está indicada en el caso de fenómenos en cuya representación hay un patrimonio suficientemente sólido de conocimiento y evidencia empírica. A este respecto, por ejemplo, la verificación longitudinal de la persistencia o variación temporal de algunas prácticas representativas ya enfatizadas puede beneficiarse de una definición preliminar de los *frames* más reconocidos en el pasado; o la investigación de *frames* que sintetizan maneras de ver temas ampliamente adquiridos, por ejemplo, en el campo político-social, y de cual se intenta trazar la presencia, la fuerza y las combinaciones discursivas en los medios de comunicación.

Cuando se trata de *frames* definidos “*a priori*”, esto no significa que esta definición sea totalmente explícita en el protocolo de investigación o que sea una definición totalmente articulada y estrictamente definida: lo más probable – y esta es una opción claramente racional en la realización de la investigación – puede ser formular “*a priori*” definiciones suficientemente amplias, identificando algunas coordenadas generales que todavía pueden distinguir esta representación de otros competidores o alternativas, pero cuyas características más peculiares pueden definirse en términos más precisos sólo una vez que haya entrado en contacto con la “*materia prima*”, con los textos de las noticias realmente seleccionadas y analizadas.

Muchos estudiosos han optado por la investigación analizando el contenido del *frame* que se define y se operacionaliza de forma esquemática y, desde el punto de vista de la aplicación, identificados “a priori”. Se trata en la práctica de reconstruir (y sintetizar en una frase o locución) los enfoques político-discursivos típicos del debate, fácilmente detectables a partir del análisis de la literatura y la investigación de antecedentes sobre diversas posiciones en la arena pública¹¹.

Como ya se ha mencionado, los enfoques deductivos tienen un límite posible sobre el hecho de que dan lugar a menudo predecibles o incluso tautológicos, cuando el investigador se lleva a resaltar los aspectos que permiten encuadrar ese texto en particular dentro de las categorías ya dadas. En cualquier caso, es probable que tales enfoques sean útiles para verificar hipótesis dadas y permitir una buena comparabilidad entre objetos de investigación similares o el mismo objeto en su evolución temporal; sin embargo, es poco probable que tal enfoque pueda producir *frames* interpretativos verdaderamente originales o algún “descubrimiento” de tendencias o nuevas dinámicas representativas.

Enfoque inductivo

El enfoque inductivo, por el contrario, se basa en una fase de observación sobre el tema de la investigación (en nuestro caso los textos periodísticos), sobre la identificación de las clases de regularidad y homogeneidad, para proporcionar alguna forma de generalización, que a partir de casos individuales permite inferencias sobre la existencia de modelos representativos precisos. En un enfoque inductivo, por lo tanto, los *frames* emergen de los materiales durante el curso del análisis.

Pertenece ciertamente a este enfoque una investigación que se mueve en un amplio uso de formas de análisis automatizado de textos, del que deriva algún tipo de agrupamiento o de *cluster*, por ejemplo mediante la identificación de modelos léxicos-textuales (por ejemplo correlacionada con variables como actores o titulares de las noticias, etc.), y luego ir a “etiquetar” tal modelos como *frames*.

11 Una opción similar se ha aplicado en el análisis de “soluciones propuestas” en relación con los fenómenos de inmigración e inseguridad (Binotto, Bruno, Lai, 2016) con la definición de veinte “frases típicas” (por ejemplo *cambiar la ley de inmigración, aumentar las penas, aumentar los recursos para la aplicación de la ley, despenalizar los delitos de inmigración*, etc.) que sintetizan posiciones ampliamente utilizadas en los medios de comunicación y en el debate público, previamente aisladas a través de una investigación preliminar.

Los estudios con este enfoque han sido criticados por diversos temas, el principal de los cuales está relacionado con la difícil replicación y las posibles limitaciones en términos de intersubjetividad¹². Sin embargo, son capaces de evidenciar prácticas representativas particularmente interesantes, no necesariamente previsible, para un posible avance del conocimiento sobre la materia que se está tratando.

3) *El análisis de textos y los métodos estándar y no estándar*

Más que la distinción común entre enfoques cualitativos y cuantitativos, aquí se utilizará una clasificación de enfoques *estándar* y *no estándar*. Sería largo argumentar en profundidad esta elección, es suficiente referirse a una infertilidad sustantiva del contraste dicotómico usual entre estas dos perspectivas, por otro lado al hecho de que la dicotomía “análisis cuantitativo” versus “análisis cualitativo” puede ser en realidad indeterminada¹³, cuando se profundiza en la exploración, por ejemplo, el *fundamentum divisionis* (Montesperelli, s.a.). Esto es aún más significativo cuando el tema de la investigación es el contenido de los medios y/o los procesos comunicativos donde los “momentos” cualitativos están muy presentes también en las encuestas que se basan en un uso generalizado de la cantidad y el procesamiento estadístico de los datos y viceversa, la investigación clasificable como cualitativa puede contener consideraciones y elementos de atención para las dimensiones cuantitativas¹⁴. La división entre investigaciones *estándar* y *no estándar* no abandona el nodo cantidad/calidad, sino que lo incorpora y administra en términos más complejos y multidimensionales.

La investigación *estándar* tiene dos familias de técnicas (incluyendo conceptos, conocimientos prácticos), la familia del experimento y la asociación (Marradi, 1996); la familia experimental identifica los enlaces y la causalidad entre las propiedades y la familia de la asociación sólo identifica las relaciones entre las variables. La investigación *estándar* es más formalizada y tiende a producir aseveraciones impersonales; el conocimiento impersonal

12 Estos límites se han mencionado anteriormente, tratando de la distinción entre frames generales y específicos: cf., entre otros, Hertog & McLeod, 2001; de Vreese, 2005b.

13 Sobre la comparación de cantidad y calidad en la investigación sociológica, nos referimos a contribuciones en Cipolla, De Lillo, 1996. Para una clasificación de las investigaciones sobre el frame en las coordenadas cualitativos/cuantitativos (y experimental), cf. Barisione, 2009, pp. 119-122. Cf. D'Angelo & Kuypers, 2010; Reese, Gandy & Grant, 2003; Scheufele & Iyengar, 2014.

14 Por ejemplo, ver Altheide, 1996.

se expresa con aserciones que pueden estar sujetas al control empírico sin tener que recurrir al conocimiento personal (expreso o silencioso) de cualquier observador o investigador (Marradi, 1996; Montesperelli, s.a.). Por lo general, utiliza el uso de una matriz de datos o matriz de casos para variables, es decir, un conjunto vectorial (el vector puede definirse como una secuencia ordenada de información) en una fila, (los casos) que intersecan un haz de vectores en la columna (variables). La intersección de una fila-vector con una columna-vector define una celda de la matriz y cada celda contiene un datum. Con los datos en la matriz es posible detectar si hay una asociación entre las variables y cuán intenso es. Determinar si la asociación entre propiedades es una relación causal (de modo que hay una propiedad-*causa* y un propiedad-*efecto*) es algo que debe ser excluido en el análisis de los fenómenos humanos y sociales ya que no hay garantía de control total de todas las variables en juego. Esta opinión, que no es plenamente compartida por los epígonos de los enfoques cuantitativos, es una de las cuestiones más importantes en el debate entre los partidarios de los métodos cuantitativos y cualitativos. De hecho, muchos de los experimentos¹⁵ que han intentado demostrar la presencia de un “efecto *frame*” desde un punto de vista cuantitativo convergen en esta visión causal. Los enfoques estándar tienen limitaciones relacionadas principalmente con la tendencia a generalizar y con la transposición ingenua de técnicas de las llamadas “ciencias duras” a las ciencias humanas y sociales, que tienen que ver con diferentes variables y cuyas propiedades no son totalmente controlables, así como con la dificultad de establecer una invariancia de condiciones de contexto (necesaria, por ejemplo, desde un punto de vista experimental).

Lo contrario de la investigación *estándar* es una investigación *no estándar* (Ricolfi, 1997, Montesperelli, 2014). El conjunto no estándar combina enfoques cualitativos, no gerenciales, “hermenéuticos”, etnográficos; el conjunto “no estándar” está menos formalizado que las dos familias de técnicas estándar. No persigue el objetivo de la impersonalidad de las aserciones, de hecho, el conocimiento personal (explícito o tácito) se considera un recurso para la interpretación (Diana, Montesperelli, 2005; Montesperelli, 2014). Entre las características de los métodos no estándar existe una tendencia a minimizar la distancia entre el investigador, el sujeto de la investigación y el contexto. Debe recordarse que el sujeto de la investigación social está

15 Sobre los límites del método experimental en las ciencias humanas, cf. Montesperelli s.a.

generalmente representado por los sujetos y, en el caso de los procesos de comunicación, por los textos y significados expresados por tales “objetos”. El análisis no utiliza la matriz de datos y no apunta a destacar las asociaciones directas entre variables (incluso menos relaciones causales lineales) pero «entre porciones mayores y configurativas» (Montesperelli, s.a.): un texto periodístico, una práctica cotidiana en una sala de redacción, el contexto de fruición de un noticiario, etc. Otras características de los enfoques no estándar son la fuerte dependencia del contexto investigado, una tendencia a la orientación holística y hermenéutica, la desconfianza innata por las generalizaciones; al mismo tiempo, estas directrices son generalmente inductivas, ya que, más allá de la verificación de hipótesis, la investigación no estándar tiende a “escuchar”, explorar y conseguir los resultados de la observación. Entre los límites de los enfoques no estándar, existe la necesidad de una investigación “personal” altamente confiable, el riesgo de obtener resultados banales, anecdóticos o impresionísticos, y sobre todo el problema de la comparabilidad de los resultados y la falta de procedimientos codificados y replicables.

Hay que subrayar que la distinción entre el conjunto estándar (y sus dos familias, experimental y de asociación) y el conjunto no estándar no es una clasificación de mérito, ya que desde el punto de vista de la dignidad científica están en el mismo nivel (Marradi, 1996, p. 168). Esta distinción, sin embargo, sirve para categorizar rigurosamente los diversos enfoques de la investigación en ciencias sociales, resaltar los supuestos implícitos y explícitos, las potencialidades y limitaciones de cada enfoque y finalmente orientar las opciones operativas del investigador cuando se mueve en el campo empírico.

Análisis de los marcos en el periodismo. Algunos nodos del plan empírico

¿Dónde buscarlo? Los elementos “que hacen” frame en los contenidos periodísticos

En el análisis de los *frames* en la organización de la experiencia (y por lo tanto en un significado más general y no referido a sólo los medios de comunicación o solamente a el periodismo), Goffman (1974, p. 10) introduce el concepto de *strip*, los segmentos del flujo de actividades. El “recorte” y la “partición” de este flujo permite aislar la secuencia de eventos dentro del flujo más general de las acciones y relaciones humanas; los criterios subyacentes a esta subdivisión se refieren en primer lugar a los individuos y su perspectiva subjetiva, por lo que – dice Goffman – no es una subdivisión

“natural” hecha por sujetos o una subdivisión analítica del estudio: Se usa para referirse «any raw batch of occurrences (of whatever status in reality) that one wants to draw attention to as a starting point for analysis» (Ibid.).

Volviendo a los mensajes de los medios de comunicación, Entman (1993, p. 53) habla de “bits of information”: «frames highlight some bits of information about an item that is the subject of a communication, thereby elevating them in salience».

Hay que decir que la descomposición en elementos a someter al análisis no es un aspecto neutral de la investigación de *frame* ya que subraya que esto puede ser rastreado en los diversos elementos del mensaje de información. Es evidente que, abrazando un principio de conectividad entre los elementos y entre ellos y la dimensión cultural o política, entonces es necesario hacer una re-composición que no pierda de vista el “sentido general” que el *frame* atribuye a esa representación: si hay un *frame* interpretativo, esto sólo puede referirse a todo el contenido y no sólo a algunas de sus partes.

La descomposición del más general proceso de *framing* es indudablemente útil desde un punto de vista empírico, para hacerlo en alguna medida operacionalizable. La referencia es claramente a la transformación del concepto (en nuestro caso, es decir, el *framing* como proceso) en dimensiones problemáticas y, estas, en posibles indicadores. Obviamente, este movimiento está en la dirección de una selección de algunos aspectos y en cierta medida de una abstracción del caso concreto. Al mismo tiempo, es importante destacar aspectos que pueden ser operacionalizados (lo que no significa “mensurables” en términos estrictamente cuantitativos) y pueden identificarse de la manera más inequívoca posible y sobre todo con criterios intersubjetivamente válidos.

En el texto sobre la “espiral del cinismo”¹⁶, Cappella y Jamieson (1997) consideran que el labor de descubrimiento de *frames* no puede considerar todos los aspectos textuales y visuales del contenido analizado, dado el riesgo de una visión demasiado amplia¹⁷ y (añadiríamos) difícil de operacionalizar del proceso de *framing*. Al argumentar esta opción, identifican cuatro criterios para poder afirmar estar en presencia de un *frame*. Ante todo, debe tener

16 En el que los autores investigan la relación entre los ciudadanos y la prensa centrándose en la dimensión de la participación. Sus estudios ponen de relieve cómo la cobertura de las cuestiones políticas, a menudo basada en “frames estratégicos”, está implicada en la disminución de la confianza, el involucramiento y la participación de los ciudadanos en la política. Cf. también de Vreese, 2005a.

17 ∫De hecho, sus discurso se extiende a factores de producción, que no pueden analizarse junto con los diversos elementos del contenido. Sobre el tema, cf. también de Vreese, 2005b.

características lingüísticas y conceptuales identificables; segundo, debe ser observado comúnmente en la práctica periodística; en tercer lugar, debe distinguirse de otras tramas; por último, debe tener una validez representativa (Ibid., p. 47 y p. 89), podemos decir “intersubjetiva”, así que también puede ser detectado por otros y por lo tanto no refleja una simple intuición o sugerencia del investigador.

Entman (1993, p. 52) habla de la presencia o ausencia de ciertas « keywords, stock phrases, stereotyped images, sources of information, and sentences that provide thematically reinforcing clusters of facts or judgments».

Por su parte, Van Gorp (2005) examina los siguientes aspectos para identificar los *frames* relacionados con la representación de los refugiados en la prensa belga: 1. *definición de los sujetos*, 2. *papel*, 3. *definición del problema*, 4. *fuerza del problema*, 5. *responsabilidad*, 6. *hipótesis de solución, encomendada*, 7. *valor ético-moral y base emocional*, 8. *metáforas*, 9. *estereotipos*, 10. *opciones retóricas*, 11. *imágenes visuales*¹⁸.

Muy específica es también la contribución de Gamson y Modigliani (1989) que identifican en *metáforas, ejemplos, frases de efecto, representaciones y visuales* lo que los autores llaman «framing devices», dispositivos que, condensando información, ofrecen temas ya “empaquetados” («media package»)¹⁹.

Vale la pena mencionar brevemente ejemplos de construcciones metafóricas y frases ampliamente utilizadas en el periodismo para resaltar cómo se pueden estimular imágenes mentales bien definidas y se refieren a significados ampliamente compartidos; basta con enumerar algunos ejemplos de términos muy utilizados y frases que en sí contienen una acción de *frame*: la guerra contra las drogas (juegos de azar, adicciones, etc.), la guerra fría o la paz armada, la batalla contra la enfermedad. Uno de los aspectos más interesantes es que estos enlaces (la reproducción de estas “imágenes mentales”) son en su mayoría implícitos y esto no sólo muestra la interiorización de algunas representaciones, sino también su fuerza. Sin embargo, debe recordarse que si las metáforas o frases tienen individualmente un poder de “activación” inmediata de ciertos *frames*, la concepción de William Gamson requiere una minuciosa investigación (desde el punto

18 Cada uno de los elementos individuales, conectados el uno al otro, materializan dos *frames* opuestos, en los que la figura del refugiado es designada como “víctima” o como “intruso”. Sobre el tema, cf. también Binotto, 2015.

19 Este concepto de *package* y los dispositivos de *frame* resaltados también son tratados por Gamson en otras contribuciones.

de vista de la conectividad) a las relaciones entre los diferentes significados transmitidos por cada uno de los elementos.

También son interesantes, además, las propuestas para la descomposición de otros autores cuyas “listas” formuladas en el contexto de los estudios organizacionales y sobre la *leadership* pueden aplicarse al contenido del periodismo, aunque se requieran ajustes no irrelevantes. Una posible propuesta podría ser la siguiente:

- *metáforas*, dar una idea o describir un significado comparándolo con algo más;
- *historias (mitos y leyendas)*, enmarcar un evento o un tema a través de elementos anecdóticos, estimulando la dimensión de la memoria;
- *slogan*, usar palabras jergales y frases de efecto: usar fórmulas fácilmente memorables, familiares o “de moda”;
- *contrastes*, describir el tema o sus aspectos en términos de lo que no soy;
- *spin*, elementos que conoten el tema en un sentido positivo o negativo.

La propuesta de clasificación y criterios, definidas como once “mecanismos de *framing*”, por los que Tankard (2001, p. 101) sugiere identificar *frames* de noticias en la prensa, es más definida, pero al mismo tiempo más amplia: 1. títulos y referencias, 2. subtítulos, 3. fotografías, 4. acotaciones, 5. *lead* (incipit), 6. selección de fuentes, 7. selección de citas, 8. citas gráficamente destacadas, 9. *logos* (eventual identificación gráfica de la serie particular a la que pertenece el artículo), 10. estadísticas, gráficos y tablas, 11. frases finales.

Para un ejemplo de esta forma de proceder, nos referimos a una encuesta realizada por el autor. Desde el concepto de *framing devices*, se ha realizado una análisis transversal de la representación periodística de desembarques de migrantes y refugiados en la isla de Lampedusa, en el Mediterráneo (Bruno, 2016, p. 175). En un intento de resumir los dos *frames* identificados con respecto a los elementos representativos (icónicos y discursivos) que los construyen y los apoyan, puede hacerse referencia al siguiente cuadro sintético.

TABLA 1: Síntesis de los dispositivos de información en la representación de los desembarques en Lampedusa

<i>Framing devices</i>	<i>Frame of alarm</i>	<i>Frame of pietism (minority)</i>
Depiction / Labels	Clandestines. Illegal immigrants	Desperate. Migrants.
Role of subjects	Active.	Passive. Victims.
Metaphors and Catchphrases	Human tsunami. Maxi landing. Wave of migration.	Mediterranean Cemetery
Exemplars	"Last year's landings and chaos".	Italian emigration in the past. Previous incidents at sea.
Visual images	Young men. Law enforcement officers, military forces.	Women and children. Rescuers. Boats.
Definition of the issue	Invasion. Uncontrolled immigration. Emergency landings.	Humanitarian emergency. Flight of refugees from war and misery.
Attribution of responsibility	Laxity and few controls. Lack of action from Europe.	Western countries. Migrant Smugglers.

Fuente: Bruno, 2016, pg. 175.

En la primera columna se hace referencia a algunos elementos del discurso de los medios de comunicación: la elección de estos elementos deriva de nuestra síntesis y reelaboración, partiendo de diversas concepciones del proceso de news-frame y sus componentes, en particular haciendo referencia a Gamson (1992), Gamson y Modigliani (1989), Iyengar (1991) y Van Gorp (2005).

Estos dispositivos sólo se enumeran aquí. Obviamente, sobre todo después de Gamson (1992; 2003 y con Modigliani, 1989), deben considerarse no sólo individualmente, sino sobre todo porque se conectan entre sí construyendo y estructurando una clave representativa y interpretativa más general.

El frame como arquitectura de conexiones en contenido periodístico

Por lo tanto, existe un amplio consenso de que, especialmente en el caso de un análisis suficientemente riguroso, el problema es reconocer e identificar elementos específicos del contenido de la información (visual y textual), considerarlos como mecanismos o dispositivos *que forman frames* y los distinguen de otros elementos del texto, que podría denominarse "residual", no significativo y sustancialmente neutral en el proceso de *framing*.

De acuerdo con algunas interpretaciones, los elementos que no deben considerarse son precisamente esos elementos centrales en el contenido de la noticia - «*core news facts*», en palabras de de Vreese (2005b, p. 54) - es decir, aquellas partes del texto periodístico en las que el hecho en sí mismo, sobre el que no se ejerce la acción del *frame* que se atribuiría a los “accesorios”, elementos explicativos e introductorios: hasta el punto de que Price et al. (1997, cit. en de Vreese, 2005b) operacionalizan el *frame* como la variación de los «introductory and concluding paragraphs [establishing] a unique journalistic frame». Esta propuesta está bien conectada con la cuestión (discutida y propuesta, por ejemplo, por McCombs, 2004) de considerar el *frame* como perteneciente a la dimensión connotativa y los “atributos” del contenido informativo.

La distinción entre «*core elements*» y «*frame-carrying elements*», es decir elementos “portadores” de *frame* (de Vreese, 2005b, p. 54), fue en realidad - aunque a veces implícitamente - utilizada en varios casos para operacionalizar el proceso de news-framing²⁰.

Es evidente que este modo de proceder sería muy efectivo, incluso desde un punto de vista empírico, en el caso del contenido periodístico en el que se pueda distinguir claramente de la exposición a los hechos de otros elementos, connotativos, contextuales, presentación de opiniones, etc. (la referencia es a las representaciones, por decir lo real más “mitológico” que real, del llamado periodismo anglosajón): en este sentido, el encuadre acabaría limitado a estos últimos componentes.

De hecho, la acción de *framing* parece ser practicada incluso en la simple visualización del evento, donde es suficiente considerar la presencia y selección de algunos aspectos (o sub-dimensiones) del evento en sí. Si es posible que, en términos abstractos, parezca viable el camino de una distinción precisa de los diversos elementos *que hacen frames* en términos del contenido de las frases individuales, en la práctica es necesario ser muy cuidadoso y no ser engañado por las muchas “trampas” inherentes a estas formas de proceder. En primer lugar, recordando que los elementos textuales de la noticia son sólo una parte del contenido significativo - sólo pensar en imágenes, edición en el caso de los servicios de televisión, elementos gráficos o paratextuales, etc. O prestar atención a las conexiones con las otras noticias, la colocación y disposición de cada noticia (si se con-

20 Por ejemplo, en su análisis de contenido Neuman et al. (1992, p. 126) distinguen en los artículos las secciones que contienen “frames” y las secciones que contienen “hechos”. Vea también, Cappella & Jamieson, 1997; Iyengar, 1991.

sidera como una unidad de análisis) en la llamada unidad de contexto (el servicio único, pero visto en el conjunto del telediario, o el lanzamiento de estudio, colocación del artículo en la página, etc.). Por no mencionar las opciones y el posible énfasis del tipo léxico o terminológico, por ejemplo, en la charla de un conductor: pausas, subrayado, lenguaje corporal y comunicación no verbal, etc., que puede incluso estar en una simple frase de presentación de hecho²¹.

Claramente, esto no significa que sea siempre y necesariamente a considerar todos los elementos posibles, para que un investigador quede paralizado; sin embargo, siempre es bueno recordar que el mismo procedimiento de operacionalización e identificación de indicadores es un trabajo de selección y que en este trabajo es posible considerar una amplia gama de aspectos del proceso representativo y la construcción de noticias.

Selección, énfasis y omisión (como un problema)

Entre los diversos autores, Entman ha incluido en los conceptos de selección, énfasis y omisión (de algunos elementos comunicativos) la piedra angular de la operación de *framing*²². Esta posición es obviamente válida, pero también se destaca un aspecto interesante sobre la dimensión de la exclusión (u omisión), un problema que se puede encontrar una vez que se baja al nivel concreto de la investigación. Desde un punto de vista empírico, ¿cómo estudiar las “omisiones”? Puesto que estos son elementos que “no son”, simplemente no serán detectables. A menos que consideremos este aspecto como un mero reconocimiento de la cuestión de los “límites” impuestos al discurso medial por el contexto o los determinantes ideológicos o de poder (Bruno, 2014, pp. 103-105), la cuestión de la exclusión de algunos aspectos representativos comparado con los observados, plantea un problema de posible normatividad del enfoque empírico del texto. En otras palabras, como a veces es el caso de una investigación poco ingenua, se puede denunciar la “falta” de un

21 Para un ejemplo de estas dinámicas en las que el frame se puede remontar principalmente a elementos de “contexto” y “puntuación” de la historia exhibida por el conductor, cf. Binotto, 2012, p. 195.

22 Entre otras cosas, Entman (1993) al identificar, en su definición del marco, las selecciones, el énfasis y la exclusión se refleja en la definición más compleja de Gitlin (1980, p. 7, cursivas originales): «*media frames [as] persistent patterns of cognition, interpretation, and presentation, of selection, emphasis, and exclusion, by which symbol-handlers routinely organize discourse, whether verbal or visual*».

tema en particular o subtema que se supone que debería ser, pero ¿en base a lo que debería ser? Generalmente, a una visión normativa que supone representaciones correctas y justas en el contenido de los medios (y, por tanto, señala las insuficiencias). Los medios, entonces, no representarían el mundo social como un todo, como un «caleidoscopio de realidades potenciales» (Edelman, 1993, p. 242 en Entman, 1993, p. 54). Pero los medios de comunicación hacen exactamente eso, escogen retazos de realidad y los enmarcan de acuerdo con su lógica.

Hay otros aspectos que se relacionan con el tema más general de la emisión. Hemos visto que asignar una mayor o menor importancia a algunos aspectos puede mover la clave interpretativa en un marco diferente, y esto sin duda puede tener consecuencias en términos de efectos para el público. Pero, sin embargo, los efectos no son ilimitadas ya que un público ya fuertemente orientado hacia un *frame* rechazarían un *frame* opuesto, incluso en presencia de una acentuación de relevancia para apoyarlo (Entman, 1993, p. 54).

Existen mecanismos de auto-refuerzo del *frame* (Entman, 1993, p. 55) – esto es particularmente evidente en el contexto de la información política – que se basan en la organización de diferentes posiciones, elecciones y jerarquías de temas que realmente se desarrollan el mismo marco: la articulación en los medios de un debate sólo aparente (pero que contribuye a las mismas soluciones políticas) tiene la consecuencia de saturar y limitar la gama de posibles *frames*, con exclusión de los “minoritarios”. El ejemplo más clásico (referido por Entman mismo) es el debate político en los principales medios de comunicación estadounidenses sobre la intervención en Irak de 1991 que, desarrollando una contra-oposición en la élite entre los defensores de la intervención militar inmediata y las de las sanciones seguidas por la intervención, excluyeron del debate la opción negociadora²³.

Debe decirse que, en esta lectura, el *frame* puede terminar coincidiendo con la solución política que apoya (“*frame* de intervención militar”), mientras que es probable que tales soluciones políticas sean apoyadas por *frames* realmente diferentes y no sólo por diferentes juntas del mismo *frame*. Una vez más, parece re-propagar el nudo conceptual de la “dimensión de la escala”, a qué nivel de generalidad es más útil tratar de localizar los mecanismos del *frame*.

23 Es un mecanismo que se puede combinar y reforzar con la nota dinámica de la “espiral del silencio”.

Notas de conclusión. La cultura y el frame como “dispositivo”

Al analizar la literatura sobre el *frame*, la sensación es que la acción de *framing* se puede rastrear prácticamente a casi todos los actores implicados (instituciones de comunicación, periodistas, público) y en casi todos los pasos y dimensiones del proceso de comunicación (producción, contenido, fruición), así como en la referencia más general a la cultura (Entman, 1993) y al contexto social. En la práctica, a veces, no está claro dónde comienza el *frame* y dónde termina (Van Gorp, 2007, p. 62), convirtiéndose así en un concepto omnipresente y elusivo. Para intentar de contener al menos parte de esta imprecisión es útil explorar brevemente algunos aspectos de la relación entre, respectivamente, los individuos a *frame*, y el *frame* a la cultura.

El objetivo es poder reflexionar sobre el proceso más general que permite a los individuos activar significados culturales en sus propias representaciones del mundo. Es por lo tanto entender cómo los marcos funcionan como partes de la cultura, entonces incorporados en el contenido de los medios.

Por lo tanto, en su sentido cultural, puede ser útil referirse al *frame* como un conjunto de operaciones de generación y construcción de significación, más o menos compartidas y directamente relacionadas con visiones específicas de la realidad. Tales visiones del mundo entonces, aunque no necesariamente, estarían orientadas hacia la acción social.

Aquí hemos utilizado deliberadamente las expresiones “generación” y “construcción” de significados. Esto se debe a que en la práctica es muy probable que ambos procesos se complementen. Sin embargo, está claro que teóricamente las dos opciones se refieren a dos conceptos distintos no sólo del proceso de elaboración, sino de la misma idea de cultura. Por un lado, por el término “emersión” se supone que los significados están unidos a un depósito, un stock de elementos culturales preexistentes comunes a todos los miembros de un grupo social; cultura, por lo tanto, como un archivo de símbolos, normas, valores, etc. de la cual la gente saca. Por otra parte, la referencia a la “construcción” de significados se refiere a una concepción estrictamente dinámica de la cultura en la que es la continua estratificación de las construcciones culturales que tienen lugar en la experiencia práctica cotidiana.

La dimensión cultural del *frame* está marcada por su aspecto relacional, estrechamente vinculado a la interacción social. Este aspecto “constructivista” no contradice el hecho de que ciertos marcos existan como partes del

patrimonio cultural, aunque el mismo concepto de cultura ya no puede considerarse en su versión más estrictamente estática.

Los *frames* forman parte de la cultura pero no la agotan; es posible aislarlos, distinguirlos del conjunto cultural en el que residen, ya que están dotados de su propia especificidad y autonomía. Esta misma relación se reproduce en la relación entre el mensaje comunicativo y el *frame*. Los *frames* pueden ser deducidos de los textos, pero no son los textos, ni están estrechamente entrelazados con ellos para construir una trama inextricable en la que no es posible separar aquellos aspectos que “hacen los *frames*” de todos los contenidos, textuales y no textuales, que componen el mensaje en su complejidad. Por lo tanto, atribuir significado al contenido de los medios y conectar estos significados a este u otro *frame* no es una operación unívoca o inmediata (propio en el sentido de “no mediado”), pero es parte integral del proceso de decodificación y de “lectura” de los textos²⁴.

Manteniendo la perspectiva desde el punto de vista del destinatario, en su proceso de atribución de significado al texto, él conecta los dispositivos de *frame* presentes en una noticia con ciertos elementos culturales porque ya tiene familiaridad con ellos, los reconoce como significativos dentro de su horizonte cultural.

Es cierto que los *frames* pueden ser reconocidos e identificados como parte de la cultura de referencia de individuos como miembros de un grupo; sin embargo, debido a que están estrechamente relacionados con la dimensión cultural, su uso parece tan normal y natural que los procesos de construcción de representaciones sociales permanecen invisibles a los individuos (Gamson et al., 1992; Van Gorp, 2007; Goffman, 1974). Se expresan, es decir, en un plano implícito y rara vez se explican (tal vez en forma de metamensajes); esto indica su fuerza y sus enraizamiento. El discurso es similar a lo que ocurre, por ejemplo, con las construcciones estereotipadas. Cuanto más se utilizan espontáneamente, más significa que nos enfrentamos a formulaciones sedimentadas y estables y que en términos cognitivos de representación social *funcionan* porque ofrecen sistemas coherentes de lectura de la realidad.

Esta atención a la dimensión cultural del marco puede beneficiarse de la referencia a la noción de dispositivo en el sentido atribuido por Michel Foucault como conjunto «heterogéneo que implica discursos, instituciones,

24 Este aspecto está directamente vinculado a la fruición de los contenidos multimediales como una negociación de significados, por ejemplo, el proceso de encoding/decoding (Hall, 1980).

estructuras arquitectónicas, decisiones normativas, leyes, medidas administrativas, declaraciones científicas, proposiciones filosóficas y morales y filantrópica [...]. El dispositivo es la red que se establece entre estos elementos» (Id., 1969, p. 299). En esta evocación a la red que se establece entre los elementos hay un interés en el mismo principio de conectividad en la que se centra Gamson (2003).

Por lo tanto, el elemento central es una característica de coherencia y la existencia de conexiones recíprocas que atraviesan elementos potencialmente distintos. Cuando estos elementos se convierten en un “conjunto” – no necesariamente sólido o estable, pero en cualquier caso dotado de coherencia – se puede hablar de un *dispositivo* que, en términos analíticos, también puede ser considerado (y nombrado) “al singular”: el “frame de control”, el “securitario”, “de la acogida”, etcétera. Aquí, el peso discursivo de la misma síntesis en una sola etiqueta, o como máximo en una locución, es evidente: una especie de operación de “meta-frame” operada por el mismo observador o investigador; pero si es bueno que esta evidencia sea reconocida y reportada, es cierto que no se puede inhibir de reconocer y nombrar (y eventualmente denunciar) este trabajo de asociación y reconexión.

En el momento en que el dispositivo es capaz de resumir este conjunto de elementos, también se transforma en el lugar donde traza su significado en términos de construcción de un significado específico; comenzando quizás con elementos significantes que tomados individualmente pueden ser neutral o sin connotaciones particulares. Es uno de los procesos a través del cual la *conexión* se convierte en *significación*.

Bibliografía

Altheide, D.L. (1997). *The news media, the problem frame, and the production of fear*. *Sociological Quarterly*, 38(4), 647-668.

Altheide, D.L. (1996). *Qualitative Media Analysis*. Newbury Park: Sage.

Barisione, M. (2009). *Comunicazione e società. Teoria, processi, pratiche del framing*. Bologna: Il Mulino.

Binotto, M. (2015). *Invaders, Aliens and Criminals Metaphors and Spaces in the Media Definition of Migration and Security Policies*. En Bond, E., Bonsaver, G. & Faloppa, F. (Eds), *Destination Italy Representing Migration in Contemporary Media and Narrative* (pp. 31-58). Oxford: Peter Lang.

Binotto, M., Bruno, M. & Lai, V. (Eds) 2016. *Tracciare confini. L'immigrazione nei media italiani*. Milano: FrancoAngeli.

Borah, P. (2011). *Conceptual issues in framing theory: a systematic examination of a decade's literature*. *Journal of Communication*, 61(2), pp. 246-263.

Bovone, L. (2001), *Presentazione*. En Goffman, E. (1974). *Frame analysis: an essay on the organization of experience: traduzione italiana Frame Analysis. L'organizzazione dell'esperienza*. Roma: Armando.

Bruno, M. (2013). *Una diversa "vocalità" di immigrati e società civile nei news-media italiani? La rivendicazione dei diritti nelle immagini mediali della rivolta degli immigrati a Brescia*. *Sociologia della Comunicazione*, 45, XXIV, 98-116.

Bruno, M. (2016). «Framing Lampedusa». *The landing issue in Italian media coverage of migrations, between alarmism and pietism*. En Haynes, A., Power, M.J., Devereux, E., Dillane, A. & Carr, J. (Eds), *Public and Political Discourses of Migration: International Perspectives* (pp. 15-28). London-New York: Rowman and Littlefield.

Bruno, M. (2014). *Cornici di realtà. Il frame e l'analisi dell'informazione*. Milano: Guerini e Associati.

Bryant, J. & Miron, D. (2004). *Theory and research in mass communication*. *Journal of Communication*, 54(4), 662-704.

Cacciatore, M. A., Scheufele, D. A., & Iyengar, S. (2016). *The end of framing as we know it ... and the future of media effects*. *Mass Communication and Society*, 19(1), 7-23.

Cappella, J.N. & Jamieson, K.H. (1997), *Spiral of cynicism. The press and the public good*. New York: Longman.

Cipolla, C. & De Lillo, A. (Eds.) (1996). *Il sociologo e le sirene*. Milano: FrancoAngeli.

- D'Angelo, P., Kuypers, J.A. (Eds.) (2010). *Doing news framing analysis. Empirical and theoretical perspectives*. New York-London: Routledge.
- de Vreese, C.H. (2005a). *The spiral of cynicism reconsidered*. *European Journal of Communication*, 20(3), 283-301.
- de Vreese, C.H. (2005b). *News framing: theory and typology*. *Information Design Journal + Document Design*, 13(1), 51-62.
- Diana, P. & Montesperelli, P. (2005). *Analizzare le interviste ermeneutiche*. Roma: Carocci.
- Entman, R.M. (1991). *Framing U.S. coverage of international news: contrasts in narratives of the KAL and Iran Air incidents*. *Journal of Communication*, 41(4), 6-28.
- Entman, R.M. (1993). *Framing: toward clarification of a fractured paradigm*. *Journal of communication*, 43(4), 51-58.
- Fairhurst, G. & Star, R. (1996). *The art of Framing*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Foucault, M. (1969). *Qu'est qu'un auteur?*, en *Dits et écrits*. Paris: Gallimard.
- Gamson, W.A. (1992). *Talking politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Gamson, W.A. (2003). *Foreword*. En Reese, S.D., Gandy, O.H. & Grant A.E. (Eds.), *Framing public life: perspectives on media and our understanding of the social world* (pp. ix-xi). Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.
- Gamson, W.A. & Modigliani, A. (1989). *Media discourse and public opinion on nuclear power: a constructionist approach*. *American Journal of Sociology*, 95(1), 1-37.
- Gitlin, T. (1980). *The whole world is watching. Mass media in the making of the new left*. Berkeley: University of California Press.
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: an essay on the organization of experience*. Cambridge: Harvard University Press.
- Guendez, A., Schedler, K. & Ciocan, D. (2016). *Generic frames and tonality: mapping a polarizing issue in a multifaceted context*. *European Journal of Communication*, 31(5), 584-599.
- Hall, S. (1980). *Encoding and Decoding*. En Hall, S. et al. (Eds), *Culture, Media, Language. Working Papers in Cultural Studies, 1972-1979*. London: Hutchinson.
- Hertog, J.K. & McLeod, D.M. (2001). *A multiperspectival approach to framing analysis: a field guide*. En Reese, S.D., Gandy, O.H. & Grant A.E. (Eds.), *Framing public life: perspectives on media and our understanding of the social world* (pp. 139-162). Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.

- Iyengar, S. (1991). *Is anyone responsible? How television frames political issues*. Chicago: University of Chicago Press.
- Kahneman, D. & Tversky, A. (1979). *Prospect theory: an analysis of decision under risk*. *Econometrica*, 47(2), 263-291.
- Kahneman, D. & Tversky, A. (1984). *Choices, values, frames*. *American Psychologist*, 39(4), 341-350.
- Marradi, A. (1996). *Due famiglie e un insieme*. En Cipolla, C. & De Lillo, A. (Eds.), *Il sociologo e le sirene* (pp. 167-178). Milano: FrancoAngeli.
- Marini, R. (2006). *Mass-media e discussione pubblica. Le teorie dell'agenda setting*. Roma-Bari: Laterza.
- McCombs, M. (2004). *Setting the agenda*. Cambridge: Polity Press.
- McCombs, M. (2005). *A look at Agenda-setting: past, present and future*. *Journalism Studies*, 6(4), 543-557.
- Montesperelli, P. (2014). *Comunicare e interpretare: introduzione all'ermeneutica per la ricerca sociale*. Milano: Egea.
- Montesperelli, P. (s.a.). *Ricerca standard e non standard. Materiali del corso di Analisi dell'informazione e dei pubblici*, Sapienza Università di Roma, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca sociale.
- Neuman, W.R., Just, M.R. & Crigler A.N. (1992). *Common knowledge. News and the construction of political meaning*. Chicago: University of Chicago Press.
- Patterson, T.E. (1993). *Out of order*. New York: Alfred A. Knopf.
- Reese, S.D. (2003). *Prologue - Framing public life: a bridging model for media research*. Reese, S.D., Gandy, O.H. & Grant, A.E. (Eds.), *Framing public life: perspectives on media and our understanding of the social world* (pp. 7-31). Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.
- Reese, S.D., Gandy, O.H. & Grant, A.E. (Eds.). *Framing public life: perspectives on media and our understanding of the social world*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.
- Ricolfi, L. (1997). *La ricerca empirica nelle scienze sociali: una tassonomia*. En Ricolfi, L., *La ricerca qualitativa*. Roma: Nuova Italia Scientifica.
- Scheufele, D.A. (2000). *Agenda-setting, priming, and framing revisited: another look at cognitive effects of political communication*. *Mass Communication and Society*, 3(2-3), 297-316.
- Scheufele, D.A. & Iyengar, S. (2014). *The state of framing research: a call for new directions*. En *The Oxford Handbook of Political Communication Theories*. New York: Oxford University Press.
- Semetko, HA & Valkenburg, P.M. (2000). *Framing European politics: A*

content analysis of press and television news. Journal of Communication, 50(2), 93-109.

Tankard, J.W. (2003). *The empirical approach to the study of media framing.* En Reese, S.D., Gandy, O.H. & Grant, A.E. (Eds.), *Framing public life: perspectives on media and our understanding of the social world* (pp. 95-106). Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.

Terkildsen, N. & Schnell, F. (1997). *How media frames move public opinion. An analysis of the women's movement.* Political Research Quarterly, 50(4), 879-900

Tuchman, G. (1980). *Making news: a study in the construction of reality.* New York: The free press.

Tversky, A. & Kahneman, D. (1981). *The framing of decisions and the psychology of choice.* Science, 211, 453-458.

Van Gorp, B. (2005). *Where is the frame? Victims and intruders in the Belgian press coverage of the asylum issue.* European Journal of Communication. 20(4), 485-508.

Van Gorp, B. (2007). *The constructionist approach to framing: bringing culture back in.* Journal of Communication, 57(1), 60-78.