

ACERCAMIENTO TEÓRICO METODOLÓGICO A LA TEORÍA DEL ENCUADRE

Zocco, Giuliana Antonella

Universidad Nacional de Quilmes

ZoccoGiulianaAntonella@gmail.com

Material original autorizado para su primera publicación en la Revista Académica
Hologramática

Fecha de recepción 02-9-2020

Fecha de aceptación: 16-9-2020

Resumen:

El presente trabajo tiene como objetivo recorrer teórica y metodológicamente la Teoría del Encuadre desde sus antecedentes hasta su aplicación en el análisis de contenido noticioso. Aborda los antecedentes teóricos del *framing* que pueden reconocerse en disciplinas que comenzaron a constituirse a principio del siglo pasado en campos aún ajenos a la comunicación como lo son la psicología y la sociología cognitiva; contrapone posiciones teóricas para definir al Encuadre como un programa de investigación multiparadigmático y los lineamientos que se desprenderán para trabajar sobre el tratamiento noticioso y el discurso político; a su vez examina específicamente el *framing* en comunicación y distintas perspectivas -teóricas y operacionales- de definiciones del concepto de *frame*; ahonda en cómo estos conceptos son basales en el análisis desde la comunicación y la cultura. Esta investigación distingue entre evento clave y evento crítico a los efectos de una posterior clasificación de los casos de estudio a partir de su tratamiento mediático. Para finalizar, se detalla el proceso de operacionalización del *framing* en comunicación y, a partir de la relación de la Teoría del Encuadre y delito, se introduce a la noción de pánico moral.

Palabras clave: *framing* - comunicación - análisis de contenido

Abstract:

The present work aims to go theoretically and methodologically through the Theory of Framing from its antecedents to its application in the analysis of news content. It addresses the theoretical antecedents of framing that can be recognized in disciplines that began to be constituted at the beginning of the last century in fields that are still alien to communication, such as psychology and cognitive sociology; it contrasts theoretical positions to define the Frame as a multiparadigmatic research program and the guidelines that will emerge to work on news treatment and political discourse; in turn, it specifically examines framing in communication and different perspectives - theoretical and operational - of definitions of the concept of frame; delves into how these concepts are basal in the analysis from communication and culture. This research distinguishes between a key event and a critical event for the purposes of a subsequent classification of the case studies based on their media treatment. Finally, the process of operationalization of framing in communication is detailed and, based on the relationship of the Theory of Framing and crime, the notion of moral panic is introduced.

Key words: *framing* - communication - content analysis

Resumo:

O presente trabalho pretende percorrer teórica e metodologicamente a Teoria do Enquadramento desde os seus antecedentes até à sua aplicação na análise de conteúdos noticiosos. Aborda os antecedentes teóricos do *framing* que podem ser reconhecidos em disciplinas que começaram a se constituir no início do século passado em campos ainda alheios à comunicação, como a psicologia e a sociologia cognitiva; contrasta posições teóricas para definir o Frame como um programa de pesquisa multiparadigmático e as diretrizes que surgirão para trabalhar o tratamento das notícias e o discurso político; por sua vez, examina especificamente o *framing* na comunicação e diferentes perspectivas - teóricas e operacionais - das definições do conceito de enquadramento; investiga como esses conceitos são básicos na análise de comunicação e cultura. Esta pesquisa distingue entre um evento-

chave e um evento crítico para o propósito de uma classificação subsequente dos estudos de caso com base em seu tratamento pela mídia. Por fim, detalha-se o processo de operacionalização do *framing* na comunicação e, a partir da relação da Teoria do Enquadramento e do crime, introduz-se a noção de pânico moral.

Palavras-chave: *framing* - comunicação - análise de conteúdo

Introducción

El presente trabajo tiene como objetivo recorrer teórica y metodológicamente la Teoría del Encuadre desde sus antecedentes hasta su aplicación en el análisis de contenido noticioso. Aborda los antecedentes teóricos del *framing* que pueden reconocerse en disciplinas que comenzaron a constituirse a principio del siglo pasado en campos aún ajenos a la comunicación como lo son la psicología y la sociología cognitiva; contrapone posiciones teóricas para definir al Encuadre como un programa de investigación multiparadigmático y los lineamientos que se desprenderán para trabajar sobre el tratamiento noticioso y el discurso político; a su vez examina específicamente el *framing* en comunicación y distintas perspectivas -teóricas y operacionales- de definiciones del concepto de *frame*; ahonda en cómo estos conceptos son basales en el análisis desde la comunicación y la cultura. Esta investigación distingue entre evento clave y evento crítico a los efectos de una posterior clasificación de los casos de estudio a partir de su tratamiento mediático. Para finalizar, se detalla el proceso de operacionalización del *framing* en comunicación y, a partir de la relación de la Teoría del Encuadre y delito, se introduce a la noción de pánico moral.

Introducción

1. Antecedentes teóricos

Para abordar la Teoría del Encuadre se debe reparar en sus orígenes y antecedentes registrados en los campos de la psicología y la sociología. En esta última debemos enfocarnos en la rama “interpretativa” que asume la importancia del sentido que las personas le asignan a los hechos y comportamientos de los demás. La sociología perceptiva, en cambio, sostiene que hay elementos por fuera de las personas a la que es posible acercarse más o menos. En refuerzo de la primera corriente mencionada, Williams Thomas (2005) defendió en su teorema el año 1923 que los “si los individuos definen una situación como real, esa situación es real en sus consecuencias” (p. 27). Destaca la importancia de lo que se considere verdadero y cómo los individuos nos comportamos en respuesta.

Estas teorías permiten determinar el carácter dialéctico de la realidad social, dinámico e interactivo, que llega a cristalizarse tanto en comportamientos como en instituciones. Esto significa que la realidad social no será estática y será un producto constantemente creado y recreado por los sujetos sociales. Es indispensable reparar en que el conocimiento se objetiva mediante el lenguaje y que las formas de conocer y objetivar el mundo conforman un esquema o armazón con el que dotamos de sentido y distinguimos nuestra realidad.

Gregory Bateson, a mediados del siglo XIX, distingue distintos niveles comunicativos: denotativo, metalingüístico y metacomunicativo. Este desarrolla el concepto de *Frame* o “esquema” que se desarrollan en el nivel metacomunicativo, de relación entre los hablantes. Desde un análisis micro-social, que apunta a estudiar cómo los individuos conocen el mundo, propuso que en el nivel metacomunicativo, existen en la psique humana instrumentos de interpretación de los acontecimientos que ordenan y clasifican los mensajes. A estos les otorgó el nombre de *frame*. Con él identifica los circuitos diferenciales de interpretación con los que se distinguen unos aspectos de la realidad y se desestiman otros (Bateson, 1972). La objetivación de la realidad se da, a su vez, en contextos sociales y culturales que integran estos *frames* (la pared donde se cuelgan los cuadros) y determinan el modo de encuadrar mensajes y acontecimientos. Sádaba (2008) refuerza la importancia de los marcos generales

dado que, muchas veces, las diferencias en la comunicación se dan por el encuadre de situaciones, por esto es importante destacar que los esquemas son compartidos socialmente y dan sentido a prácticas sociales.

A su vez el *framing* se nutrirá nutre de tres corrientes de la sociología interpretativa:

Interaccionismo simbólico: pone el foco en la naturaleza simbólica de la vida social y las relaciones a partir de los comportamientos asignados. Las interacciones entre las personas se encuentran entonces mediadas por el lenguaje y los significados pueden variar según los contextos en que las acciones se producen.

Fenomenología: enfatiza en la relación dialéctica que existe entre sujetos y realidad. Sostiene que como actores sociales producimos a la vez que somos producidos por la realidad social.

Etnometodología: consagrada desde los años 60 como una corriente metodológica propone, a través de experimentos disruptivos, estudiar y tomar conciencia de los procesos mediante los cuales la realidad se produce y reproduce mediante conductas y hábitos.

Desde la sociología interpretativa, según el interaccionismo simbólico, Erving Goffman (1974), retomó el concepto de *frame* y desarrolló que la realidad social se conoce a partir de cómo la definen los sujetos. Por esto, además de considerar al *frame* como “esquema” mental, también, se lo considera “marco social”. Para este autor un encuadre es una definición de la situación, cómo clasificamos eventos y un principio de organización - patrones de organización y percepción- de ellos que, por su carácter dinámico, varían y se transforman. Dar nombre, clasificar un evento es una relación intersubjetiva que sólo puede ser posible si el sujeto entra en contacto con la situación.

2. El *Framing* como perspectiva integral

Belén Amadeo plantea que la Teoría del Encuadre repasa en una relación dialéctica entre los discursos, su producción y su interpretación: “estudia el proceso de transmisión de

significados, signos, símbolos y valores de la sociedad a los medios y viceversa” (Amadeo, 2008, p. 185). Recupera traducciones aceptadas de *frame* como:

“Marco, enfoque, enmarque, encuadre, o formato ... En cuanto al verbo enfocar, su cuarta acepción es: dirigir la atención o el interés hacia un asunto o problema desde unos supuestos previos, para tratar de resolverlo acertadamente”, definición que acerca este término al uso que se le da en la investigación en comunicación (Ibídem)

Existen autores que discuten sobre si el *Framing* es un paradigma fracturado o un programa de investigación multiparadigmático. Existen tres paradigmas de investigación en comunicación que nutren esta discusión y alientan a analizar si la teoría se sustenta a partir de pequeñas partes o si las nuclea y relaciona interdisciplinariamente. Estos paradigmas son:

- Cognitivista: el interés está puesto en el efecto que los *frames* generados por los medios masivos de comunicación (MMC) producen en las conductas de las audiencias cotidianas y de la vida política. D’Angelo (2002) sostendrá que se crean asociaciones semánticas con los esquemas de pensamiento de los individuos. Desde esta perspectiva los encuadres serán variables independientes que inciden sobre los receptores.
- Crítico: critica la idea de los efectos. Sostiene que el paradigma cognitivista descuida el proceso de creación de los encuadres. Postula que se debe atender a las relaciones de poder en donde un actor logra imponer a la sociedad simbología que no le es propia. Desde esta posición los MMC, considerándolos desde las rutinas productivas periodísticas (D’Angelo. 2002), serán considerados como reproductores de ideología en pos de consagrar hegemoníamente los intereses de la clase dominante.
- Constructivista: propone entender a los encuadres como paquetes de recursos simbólicos que proveen de herramientas para interpretar la realidad. Sostiene que los MMC participan de la creación y re-creación de los encuadres a través de un proceso dinámico e interactivo compartido con los actores sociales por lo que son co-

producidos culturalmente. Mientras que las características individuales, las rutinas productivas y las lógicas organizacionales toman parte desde los medios. Los actores intervendrán también con cada una de sus experiencias personales, las características propias que se otorguen al asunto, las identificaciones culturales previas socialmente naturalizadas o la memoria colectiva de una comunidad. (Koziner, 2015). No obstante, pasa por alto la desigualdad en el ejercicio del poder durante el proceso dinámico de conformación del encuadre que tienen resonancias culturales.

D'Angelo (2012) apoya la segunda postura donde el *Framing* como programa de investigación multiparadigmático es capaz de proporcionar herramientas teóricas y metodológicas que permiten abordar el fenómeno comunicacional de manera integral. Este autor considera que es una “meta-teoría” que abarca los paradigmas constructivista, crítico y cognitivo ya abordados. Para Reese (2001/2007) también será una disciplina capaz de generar un modelo integrador que conecte áreas tradicionalmente fragmentadas. Koziner (2015) sostiene, a partir de Lakatos (1974) que un programa de investigación apoya la competencia entre distintas corrientes teóricas a la vez que provee criterios para evaluar las teorías individuales a la luz de nuevos datos. A su vez, Van Gorp (2007) será, desde el constructivismo, uno de los que apoya que la noticia es el espacio privilegiado de los *frames* y serán más exitosos cuanto mejor logren activar los esquemas de los individuos en la comunidad (Koziner, 2015). Para esto es fundamental el contexto político y cultural donde se produce el proceso comunicativo.

A partir del análisis de D'Angelo (2012), Koziner (2015) distingue cuatro conjeturas que estructuran los estudios en la Teoría del Encuadre.

1. El *frame* como es una unidad temática dentro de las noticias que son transportadas por diversos dispositivos de encuadre.
2. El *frame* como es una clave discursiva capaz de instalarse y como un “modo consistente de describir el poder en un texto comunicativo” (Entman, 1993, p. 51)

3. Los encuadres noticiosos interactúan con estructuras previas tanto conductuales como sociales. Se evidencia de esta manera la doble dimensión del *frame* propuesta por Van Gorp (2007) donde se los entiende como “esquemas individuales que intervienen en el procesamiento de la información y como dispositivos insertos en el discurso.” (Koziner, 2015, p. 52)

4. Serán los *frames* los que darán forma a los diálogos públicos sobre cuestiones políticas.

Sádaba Garraza, et al. (2012) destaca la posición de Reese (2007) para quien el modelo de abordaje teórico del *framing* pone en relación “diferentes conceptos filosóficos, aproximaciones y metodologías, lo que aumenta su interés y poder de explicación” (p. 113)

3. El *framing* en comunicación

Este trabajo entiende que el *framing* atraviesa todas las etapas de la comunicación. Y que, así como la realidad es una construcción social, también las noticias son constructos - productos - fruto de pujas por la definición de la situación y la legitimación hegemónica de significados signadas, también, por sus respectivas rutinas de producción insertas en instituciones con propia -y compartida- idiosincrasia. Por esto se contemplará que no hay una realidad por fuera de la percepción de los individuos.

Por estas correlaciones de fuerzas, los acontecimientos serán tal y como se los defina. “Un *frame* es un momento en una cadena de significados que a su vez forma parte de una estructura más amplia. Es por esto que no debe ser interpretado de manera literal, sino ahondando en las disputas de poder y las competencias entre significados.” (Reese, 2001, p. 14)

La cultura es como un “almacén” de *frames* que se suelen invocar con regularidad (Entman, 1993, en Aruguete, 2011). En los textos noticiosos quedan evidenciados los encuadres de emisores y receptores. Si retomamos a la realidad como constructo social debemos reparar en que, incluso desde las rutinas productivas, los medios de comunicación masiva son un actor más, co-productor, que comparte contextos, prácticas sociales y significantes sociales con la

sociedad en la que se desempeñan. Estos no pueden ser reducidos a transmisores como tampoco pueden ser tomados como los únicos constructores, “recrean valores, intereses y saberes compartidos” (Koziner, 2015, p. 23). Es por esto que “el *Framing* contribuye a desenmascarar el pretendido objetivismo informativo” (Sádaba Garraza, et al, 2012, p. 116)

3.1. Definiciones

Para ahondar en estos postulados es necesario acercarnos teóricamente a dos grandes definiciones elaboradas por Stephen Reese y Robert Entman:

- El primero sostendré que los *frames* son “principios organizadores socialmente compartidos y persistentes en el tiempo, que trabajan simbólicamente para estructurar el mundo social de modo significativo.” (Koziner, 2015, p. 58)

Si desglosamos esta definición podremos ver que con “principios” refiere a patrones de pensamiento que circulan en una comunidad que se explicitan mediante distintos mecanismos y “organizadores” porque funcionan como base para agrupar la información recabada de forma cognitiva o cultural (Reese, 2001). Son “socialmente compartidos”, lo que quiere decir que la definición del acontecimiento será coherente si coincide con el discurso dominante en el entorno cultural en el que medios y audiencias interactúan. Y que sean persistentes también tiene implícita una “resistencia a la transformación” asegura Koziner (2015, p. 56) acorde a lo trabajado por Gitlin (2003). Estructurar el trabajo simbólico implica que provean modelos de concepción y que muchas veces esto no esté implícito, sino de manera simbólica. En este punto debemos reparar en que los símbolos son unidades básicas de la comunicación humana que, dentro de la política, clarifican y simplifican realidades complejas y ambiguas, tal y como lo trabaja Bennett (2009). La naturaleza simbólica de los encuadres revela formas no explícitas ni literales en los discursos a la vez que están estructurados y tienen la capacidad de promover un modelo más o menos complejo para moldear la concepción.

En línea con este último punto, la dimensión cognitiva indaga cuánto y cómo un *frame* puede, según Price, Tewksbury y Powers (1997) “invocar esquemas mentales e influir en la

interpretación que los ciudadanos hacen de los asuntos públicos” (Koziner, 2015, p. 48). Estos esquemas serán estables y actuarán como base al momento de interacción entre individuos con los propios esquemas mentales.

La dimensión cultural es más amplia y funciona como base compartida en las etapas de producción y consumo de noticias. La aceptación y generalización de estos esquemas depende de la interacción entre ambas partes, lo que se conoce como “sentido negociado” (Reese, 2001). Este contexto es estructurante dado que el *frame* carecerá de significado, o no será el mismo, en otra situación. Reese (2001) los entiende como estratégicos o meta *frames*.

Como los principios organizadores no están a la vista de manera directa en los discursos, un acercamiento a una definición operacional puntea variables para poder profundizar en los textos y encontrar variables manifiestas que nos los evidencien. Entman propondrá una segunda definición:

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

Luego la reelaboró:

Encuadrar es “seleccionar y resaltar algunas facetas de los acontecimientos o problemas y establecer conexiones entre ellos para promover una interpretación, evaluación y/o solución particular” (Entman, 2003, p. 417)

Este autor también dirá que el *framing* como acción estratégica genera cuatro consecuencias en el discurso, dos de las cuales deben estar presentes cuando se cubre un acontecimiento: definición del problema, atribución de causalidad o fuente, juicio moral y recomendación del tratamiento. Y que podemos encontrarlos en el comunicador, el texto, el receptor y la cultura a lo largo del proceso comunicativo (Mariño y Rabadán, 2009). Con esta base, Entman, presenta el “Modelo de Activación en Cascada” que sostiene que las ficciones (Lippmann,

1922) construidas, cargadas de racionalidad y sentimientos, se propagan y fortalecen a partir de una propagación en cadena, tanto entre públicos -representantes del gobierno y *stake holders*, líderes de opinión, medios y opinión pública- como en la *psique* de cada individuo que repondrá, de manera inconsciente o no, imágenes, recuerdos y sentimientos de los sucesos. En gran parte este será un proceso psicológico automático e inconsciente pero no así la difusión de esquemas interpretativos.

Los *frames* definen problemas que contienen al *issue* central y a la fuente, las ideas, los valores, los marcos de sentido compartidos y las fuentes. Establecen los mecanismos que marcan “cómo pensar” (Mariño y Rabadán, 2009, p. 21). Si bien son persistentes, son redefinidos producto de las disputas, por el sentido y la hegemonía, entre los actores que los co - construyen (Matthes, 2010 y 2012)

3.2. Framing como proceso integral en comunicación

El *framing* como proceso integral y dinámico proporciona modelos persistentes de cognición, interpretación y representación. Los *frames* son entendidos como paquetes de recursos simbólicos o “cajas de herramientas” -socialmente compartidas (Reese, 2001)- para la interpretación de los asuntos públicos (D’Angelo, 2002). Estos tienen capacidad de tomar parte ante un conflicto político a la vez que influyen cuanto más asiento tengan en la cultura. Este asiento no siempre se corresponde con un incremento en el número de apariciones, sino de una persistencia y consenso en la interpretación de acontecimientos. A esto se suma la legitimación de fuentes y espacios de discusión así como el tratamiento público.

Como sostiene Reese (2005), la comunicación no es estática, sino un proceso dinámico de creación de marcos y consecuente interacción entre marcos mediáticos y de las audiencias. El *frame building* consiste en la construcción del acontecimiento noticioso a partir de interpretaciones, también construidas, del mundo. Para no ser engañados por el contenido manifiesto (Reese, 2001), se debe tener en cuenta que los periodistas -como todos los emisores- son quienes organizan la información, en base a criterios personales y estructuras,

en este caso, de las empresas de medios. Estas poseen marcos propios que responden tanto a su línea editorial como a sus intereses político-económicos.

Las huellas de la enunciación que se buscan tendrán en cuenta estas variables para el análisis de recorte, relevancia y omisión de temas y abordajes. Amadeo (2008) propone que periodistas y editores sean observados y entrevistados en sus rutinas de trabajo para que prácticas, visiones y valores compartidos puedan objetivarse. A través de un modelo interactivo, dan lugar a textos mediáticos *-news frames-* que, como productos sociales, diagnostican causas, hacen juicios morales, evalúan agentes, sugieren tratamientos y predicen resultados. Estos, según sostiene Bruggemann (2014) deben ser tratados previamente mediante el análisis de contenido para luego buscar correspondencia en los esquemas de periodistas, rutinas productivas y empresas de medios.

En el otro lado del canal comunicativo se encuentran las audiencias. Media, entre estas y el mensaje, la cultura -que es donde se almacenan los encuadres-, sus experiencias, ideas previas del medio y relaciones interpersonales. La cultura política de una comunidad es fundamental para que un encuadre pugne con otros y busque instalarse, en tanto determina su pertinencia y su persistencia (Entman, 2003). Reinstalar la relación entre marcos y cultura nos permite definir el *Framing* como un “puente entre la cognición y la cultura” (van Gorp, 2007, p. 60)

Gaye Tuchman estudió el concepto de *Framing* en sintonía con el análisis de noticias. Desde las audiencias y desde la producción de noticias. Al abordarla “como construcción social de la realidad” se propuso estudiar “qué es noticia, por qué se atiende a algunos temas y cómo se decide que esos temas estén en agenda”. En otras palabras “lo que queremos, necesitamos y debemos saber” (Tuchman, 1978, p. 9). A la par que estudia el “rol de la conciencia en la construcción de significados sociales y la organización de la experiencia” (Tuchman, 1978, p. 10). En desmedro de la instalación de la “objetividad” trabaja la forma -atributos de las noticias y periódicos que ejemplifican procedimientos informativos- las relaciones interorganizativas y el contenido. Sádaba Garraza, et al. (2012) recupera que las actitudes

profesionales del periodista pueden adquirir tres posibles roles: el intérprete que analiza y contextualiza acciones políticas, el difusor de información que aporta datos con inmediatez o el adversario al poder que ejercita el contrapeso político.

Tuchman introdujo la discusión de que cada una de las personas que procese información mediática lo hará en función de sus propios condicionamientos socio-históricos, ideológicos y económicos. En términos de Bateson (1972) se escogerá un marco que comprenda otros y se excluirán de la misma manera. A su vez, al interior de los procesos de producción de las noticias, nuevamente operarán encuadres tanto de quién escribe como del medio de comunicación a los que se considera como “organizaciones complejas sujetas a ciertos procesos inevitables” (Tuchman, 1978, p. 13). Sobre todo, tienen el poder de incidir sobre aquellos temas que los consumidores desconocen cuando dan carácter público a un acontecimiento. Esta cualidad convierte a la noticia en una “institución social”, aliada a otras también legítimas, localizada, recogida y diseminada por profesionales que actúan dentro de procesos y en conformidad con prácticas institucionales (Tuchman, 1978, p. 16). No obstante, la producción de la noticia es una “empresa negociada” (Tuchman, 1978, p. 18) que depende de la aprehensión de las audiencias, aunque estas no sean conscientes de su incidencia. Dado esto, y desde una mirada integral, analizará tanto los textos como su contexto de su producción, las pautas y valores en la mente de quien los construye y los esquemas de percepción de quien recibe un mensaje que ha sido encuadrado de determinada manera en el discurso mediático. Y asumirá que los patrones estructurantes están presentes y compartidos en la instancia de producción de la información, en los textos noticiosos, en los receptores de dichas noticias y en la cultura (D’Angelo, 2012).

3.2.1. Eventos clave y eventos críticos

Atendiendo a los marcos, que co-existen y se nutren de forma dinámica en todas las etapas del proceso comunicacional, se ha reparado en dos tipos de eventos que generan una variación en los modelos y procesos vigentes hasta el momento. Uno de ellos se centra en los

criterios de noticiabilidad y rutinas de producción y el otro en la dialéctica medios-públicos a partir de estudios que analizaron protestas de activismo social.

Brosius y Eps (1995) afirman que los “eventos clave”, *key events*, son aquellos que crean o cambian el marco de referencia para la cobertura o lo que será la cobertura futura, sobre un asunto o una serie de asuntos. Esto quiere decir que se alteran los criterios de noticiabilidad, de selección y atención al momento de tratar un tema. Estos pueden no sólo influir en lo que los medios seleccionan -aumenta la búsqueda y atención sobre el tema-, sino también en cómo informan sobre el problema relacionado con el evento clave. Los eventos pasan a conformar un prototipo de abordaje, dada la modificación de la necesidad de orientación sobre el tema, lo cual decanta en mayor cobertura. Cabe destacar que estos cambios también pueden darse a largo plazo y gradualmente por procesos sociales.

Los “eventos críticos”, *critical events*, son definidos por Pride (1995) como eventos contextualmente dramáticos del plano económico, ambiental, de las organizaciones y/o movimientos sociales, ligadas a la violencia o a las políticas públicas. El énfasis está puesto en que estas erupciones generan discontinuidades radicales que enfocan la atención pública, recurso escaso, e invitan a la definición o redefinición colectiva de un asunto. Se da un cambio en la conformación del *frame* a partir de un cambio en la definición de la situación que afecta tanto a la sociedad civil como a las instituciones de prensa. Pueden ser llamados “redefinitorios” si cambian la percepción del público, las elites e impactan de alguna manera en la discusión de políticas públicas (Pride, 1995, p. 8). Si no, serán “de restablecimiento”.

3.3. Análisis de contenido: Operacionalización del proceso de *Framing* en la comunicación política

Aruguete (2011) trabaja sobre el encuadre de las noticias y caracteriza a los *news frames* como propiedades específicas de la narración de las noticias. A su vez, retoma a Scheufele (1999) y aclara que se los puede estudiar como construcciones que derivan de la postura del periodista o elementos en los textos. A partir del *frame building* se puede afirmar que en los discursos noticiosos existen rasgos que evidencian el posicionamiento del comunicador al

momento de “definir la realidad” y que son estos los que nos permiten evidenciar variables independientes que, a partir de las herramientas de la teoría, posibilitan observar y analizar los productos noticiosos. Por otro lado, se puede entender a estas variables como con la capacidad de incidir en las percepciones y evaluaciones individuales o del público en el nivel cognitivo, lo que debemos saber.

Respecto al modo que tenemos de percibir los *frames* en los contenidos noticiosos encontramos algunas distinciones importantes. Existen los *generic news frames* y los *issue-specific news frames*. Aruguete (2011) explica que los primeros pueden aplicarse a diversos tópicos, en diferentes contextos sociotemporales y los segundos se acotan a temas o eventos de manera muy específica. Los de primer tipo, al ser más generales, pueden ser episódicos o temáticos, por lo cual serán más abstractos.

En lo que a la comunicación política respecta se identificó tres clases de *framing*: temático, grupo-céntrico y estratégico.

- El primero focaliza los antecedentes del problema y sus posibles soluciones y presenta los distintos puntos de vista que existen alrededor de tal asunto (D’Adamo et al., 2007). El impacto de este *frame* en el receptor recae más sobre una dimensión cognitiva que afectiva.
- En el caso del encuadre grupo-céntrico, la información hace foco en los grupos involucrados en el asunto y en los beneficios que éstos obtengan o los perjuicios de que sean objeto (Nelson y Kinder, 1996).
- El enfoque estratégico (*strategy frame*) se enmarca en la hipótesis de la “espiral del cinismo” (Capella; Jamieson, 1996; 1997) y ha sido utilizado en contraposición al enfoque temático (*issue frame*) en diferentes contextos políticos noticiosos. La cobertura estratégica, que según los autores se ha convertido en la estrategia de la estructura contemporánea del periodismo (Capella; Jamieson, 1996), tiene poderosas consecuencias en las audiencias.” (Koenke, 1999 en Aruguete, 2011)

3.3.1. *Framing* y delito

Como antecedentes de este trabajo en el uso de la *Teoría del Encuadre* para el análisis de contenido noticioso se encuentran: el estudio de Paola Ingrassia (2018) y la “Matriz para el estudio de noticias televisivas sobre delito, violencia e inseguridad: una articulación teórico - metodológica” (Aruguete et.al., 2018).

El primer estudio hace hincapié en que el significado de una palabra radica en su uso y en la consecuente costumbre (Wittgenstein, 1953). En suma, retoma a los ya mencionados Berger y Luckmann (1993) y también atribuyen como producto humano al orden social. En esta línea se observó la construcción de marcos “centrados en los femicidas y/o en la reconstrucción policial de los femicidios” (Ingrassia, 2018, p. 14), los términos utilizados y también lo que no fue incluido en el tratamiento mediático invisibilizando la problemática social. Una vez determinada la definición de la situación se abordaron causas y responsabilidades de los actores en las notas analizadas. La autora repone que, a pesar de ser noticias de feminicidios, no se nombraban de esta manera ni había atribución de responsabilidad directa al femicida. Así se continuó con la recomendación ficcional del tratamiento del tema.

En cuanto a la matriz, ésta aporta una triangulación teórico-metodológica plausible de consagrarse como herramienta para el análisis de contenido de noticias de delito, violencia e inseguridad, tema “central en las agendas política, mediática y pública de América Latina” (Aruguete et.al., 2018, p. 231). Los medios masivos desempeñan un rol fundamental en la creación de percepciones que, al impactar en la opinión pública, decantan en una demanda mayor de control social y punitividad (Entel, 2007; Killas, 1991; Martini, 2012 en Aruguete et.al., 2018). Combina el *standing* por la capacidad de un actor de “tener voz en los medios” (p. 233), el tipo de tratamiento y la acreditación o no de la fuente; la sociosemiótica para analizar la modalidad de enunciación y las estrategias discursivas de producción de significados a partir de considerar el discurso como “un sistema organizado de

significaciones articuladas y articuladoras del sentido social (Verón, 1998 en Aruguete et.al., 2018).

En su desarrollo define “variable como una propiedad que puede cambiar su valor, y por categoría, el valor que puede asumir dicha variación” (Aruguete et. al. 2018, p. 236). Como puntos a destacar la matriz trata la calificación de la víctima, la focalización del punto de vista cognitivo presentado en el relato y establece diferencias entre variables inferenciales -no manifiestas en el contenido- y de reconocimiento -están materializadas en el corpus de análisis-. Se definen las variables de calificación del acontecimiento, relevancia respecto del nivel de visibilidad de la información, protagonistas del acontecimiento y sus modos de identificación que fomentan procesos simbólicos de construcción de enemigos internos y externos. Otra dimensión de importancia es la definición del problema, asociada al tipo de delito y a las calificaciones del acontecimiento. A partir de la determinación de este se busca al agente causal, la atribución de responsabilidad, las soluciones y la evaluación moral. Luego se tratarán las fuentes de información. Cada uno de estos aspectos está desglosado en variables que nos posibilitarán encontrar estas huellas de la enunciación en los textos analizados.

3.3.2. Pánico moral

A partir del caso Carolina Píparo, quien fue baleada embarazada a la salida de un banco y fruto de lo cual su bebé falleció al poco tiempo de nacido, Aruguete y Amadeo (2012) abordan la noción de pánico moral. Las autoras trabajan a partir de la definición de Gabriel Kessler (2009) que califica al sentimiento de inseguridad como la sensación de indefensión que los individuos perciben ante una amenaza aleatoria. Este malestar “se contagia”, como construcción social, toma carácter de preocupación colectiva y adquiere una autonomía relativa respecto del conflicto, según afirma este autor.

El evento disparador conforma una amenaza para los valores e intereses sociales que es abordado de manera estereotipada -a modo de prototipo como se ha mencionado en los eventos clave- que a su vez es apoyado, reproducido y legitimado por otras voces de la

comunidad que tienen injerencia en el plano social. Estos, reconociendo la problemática, pueden tanto diagnosticar como proponer soluciones. Esta sensación puede quedar como remanente en la memoria colectiva o generar impactos más grandes que se cristalicen en la discusión y la política pública.

Este estudio recoge elementos trabajados por Cohen (1972) donde se reconoce que para hablar de pánico moral debemos entender que es una amenaza potencial o imaginada donde se demoniza tanto a los actores como a los organismos públicos responsables. A estos últimos se les demandan soluciones que son también compartidas por las elites y explicitadas mediante los medios masivos. En la vorágine las cifras de casos y del impacto causado dejan de ser fiables por lo que la preocupación aumenta. No obstante se disipa luego de una erupción.

Para Cohen se deben cumplir tres condiciones para que un caso de pánico moral sea exitoso: se necesita que haya un enemigo adecuado, esto es, con poco poder, escasa presencia en los medios, que sea fácilmente denunciabile y que no cuente con legitimidad. Además, la víctima debe ser la correcta: alguien con quien uno pueda identificarse. Finalmente, se requiere generar un consenso acerca de que no se trata de un problema aislado sino de una problemática que compete a toda la sociedad, ya que puede pasar en cualquier lado” (Cohen, 2009, p. 11)

El análisis de contenido de este caso discutió si los *news frames* detectados en este estudio comparten las características descritas por Cohen. Se reparó en las definiciones de la situación, el tono -emocional o técnico- de la cobertura, la personalización de la cobertura, si fue o no fragmentada -respecto de la volatilidad- sobredimensión de la problemática y el tipo de solución que se propone.

Bibliografía

Amadeo, B. (2008). “Framing: Modelo para armar”. En Baquerín, M. (Ed.), *Los medios ¿aliados o enemigos del público?* Buenos Aires: Educa.

Aruguete, N. (2011). “Framing. La perspectiva de las noticias. La trama de la comunicación”, vol. 15, pp. 65-80. Recuperado en <https://doi.org/10.35305/lt.v15i0.52>

Aruguete, N., y Amadeo, B. (2012). “Encuadrando el delito: pánico moral en los periódicos argentinos”. *América Latina Hoy*, vol. 62, 31 de enero de 2013, pp. 177–196. Salamanca: Instituto de Iberoamérica y Ediciones de la Universidad de Salamanca.

Aruguete, N., Anselmino, N. R., Zunino, E. A., Koziner, N. S., y Fabbro, G. (2018). “Matriz para el estudio de noticias televisivas sobre delito, violencia e inseguridad: una articulación teórico-metodológica”. *Austral Comunicación*, vol. 7, N° 2, pp. 229–250. Buenos Aires: Universidad Austral.

Bateson, G. (1988). “Una teoría del juego y de la fantasía”. En *Pasos hacia una ecología de la mente. Una aproximación revolucionaria a la autocomprensión del hombre*. Buenos Aires: Lohlé Lumen.

Berger, P. y Luckmann, T. (1968). “La sociedad como realidad objetiva”. En *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.

Brosius, H., y Eps, P. “Prototyping through Key Events: News Selection in the Case of Violence Against Aliens and Asylum Seekers in Germany”. *European Journal of Communication*, vol. 10, N° 3, 1 de septiembre de 1995, pp. 391-412. Recuperado de <https://doi.org/10.1177/0267323195010003005>

D’Angelo, P. “News Framing as a Multiparadigmatic Research Program: A Response to Entman”. *International Communication Association* N° December 2002, pp. 870–888. Washington: ICA Publications.

Entman, R. (1993). “Framing: Toward a clarification of a fractured paradigm”. *Journal of Communication*, vol. 43, N° 3, pp. 51-58. Oxford: Oxford, University Press.

Gitlin, T. (1986). “Convertir a los movimientos de protesta en temas periodísticos”. En Graber, D., (Ed.), *El poder de los medios en la política*. Buenos Aires: Grupo Editor Latinoamericano.

Goffman, E. (2006). *Los marcos de la experiencia*. Madrid: Siglo XXI Editores.

Ingrassia, P.. “La construcción patriarcal del femicidio en la prensa sanjuanina durante 2015”. *Intersecciones en Comunicación*, Año 12, N° 12, pp. 11–33. enero-diciembre 2015. Olavarría: Universidad Nacional del Centro.

Nelson, T. E. y Kinder, D. R. (1996). “Issue Frames and Group-Centrism in American Public Opinion”. *The Journal of Politics*, vol. 58, N° 4, pp. 1055-1078. Estados Unidos: The University of Chicago Press Journals.

Koziner, N. “Antecedentes y fundamentos de la teoría del Framing en comunicación”. *Austral Comunicación*, vol. 2, N° 1, pp. 1-25. 15 de junio de 2013. Buenos Aires: Facultad de Comunicación de la Universidad Austral.

Thomas, W. (2005). “La definición de la situación”. *CIC* (Cuadernos De Información y Comunicación), N° 10, pp. 27-32. Recuperado de <https://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/view/CIYC0505110027A>

Koziner, N. (2015). “El Framing: un programa de investigación para el estudio de las comunicaciones mediáticas”. *Animus. Revista Interamericana de Comunicação Midiática*, vol. 14, N° 28, pp. 22–45. Segundo semestre 2015. Brasil: Universidade Federal de Santa María.

Pride, R. A. (1995). “How Activists and Media Frame Social Problems: Critical Events Versus Performance Trends for Schools”. *Political Communication*, vol. 12, N° 1, pp. 5-26. Abril 2015. Reino Unido: Routledge editores.

Reese, S. D. (2001). “Prologue. A bridging model for media research”. En S. Reese, O. Gandy, y Grant, A. (Eds.), *Framing Public Life: Perspectives on Media and our Understanding of the Social World*, pp. 7–31. Mahwah: Lawrence Erlbaum.

Reese, S. D. “The Framing Project: A Bridging Model for Media Research Revisited”. *Journal of Communication*, vol. 57 (número 1), pp. 148–154. marzo 2007. Oxford: Oxford, University Press. Recuperado de <http://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00334.x>

Rodríguez Virgili, J. y Bartolomé Castro, M. (2012). “Propuesta de sistematización de la teoría del Framing para el estudio y praxis de la comunicación política”. *Observatorio Journal*, vol. 6, N° 2, pp. 109-126. marzo 2012. Portugal: OberCom editores.

Tiscornia, S. (2008) *Activismo de los derechos humanos y burocracias estatales. El caso Walter Bulacio*. Buenos Aires: Del Puerto/CELS.

Tuchman, G. (1983). “La noticia como marco”. En *La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad*. México DF: Gili.

Van Gorp, B. (2007). “The Constructionist Approach to Framing: Bringing Culture Back In”. *Journal of Communication*, vol. 57, N° 1, pp. 60–78. marzo 2007. Oxford: Oxford, University Press. Recuperado de <http://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00329>

Vicente Mariño, M. y López Rabadán, P. (2009). “Resultados actuales de la investigación sobre framing: sólido avance internacional y arranque de la especialidad en España”. *Zer*, vol. 14 (número 26), pp. 13-34. mayo 2009. País Vasco: Universidad del País Vasco.

Zunino, E. y Focás, B. (2018). “El tratamiento informativo de la “inseguridad” en la Argentina: víctimas, victimarios y demandas punitivas”. *Communication & Society*, vol. 31(número 3), pp. 189-209. Navarra: Universidad de Navarra.