

LOS MARCOS INTERPRETATIVOS TEXTUALES: HERRAMIENTA METODOLÓGICA PARA EL ANÁLISIS DEL DISCURSO PERIODÍSTICO

Dorde Cuvardic García

RESUMEN

En este artículo se ofrece un recorrido teórico y metodológico del concepto *marco interpretativo* en el ámbito de las investigaciones en comunicación de masas. Los *marcos textuales*, es decir, perspectivas sobre las experiencias sociales planteadas en vocabularios y argumentos específicos, han sido utilizados productivamente por las tradiciones *crítica (estudios culturales)* y *administrativa* para diagnosticar el régimen de visibilidad que los discursos de los actores sociales obtienen de las empresas periodísticas.

ABSTRACT

The purpose of this article is to present a theoretical and methodological itinerary of the *frame* concept in the sphere of mass communication research. The textual frames, in other words, the perspectives about social experiences presented in vocabularies and specific arguments, have been utilized in a productive manner in the critic (cultural studies) and administrative traditions to diagnose the visibility regime that the social actors discourses obtain from journalistic enterprises.

Inscritos en el paradigma constructivista, los llamados *marcos*, *paquetes* o *esquemas* interpretativos se han convertido en constructos ampliamente utilizados en sociología y en psicología cognitiva. Se emplean como instrumento de análisis metodológico de los discursos sociales, entre ellos los periodísticos.

En este artículo se presentará la tradición de los *marcos textuales*¹. El constructivismo, en cuyo paradigma se inscribe esta tradición, tiene una clara orientación lingüística y,

sociales. La tradición que se analizará aquí es sociológica y legítima su uso frente al término *esquema*, empleado más en psicología. Por otra parte, también se empleará en este artículo el concepto *paquete* lingüístico, resultado del empleo de *marcos* o estructuras de comprensión prototípicos (*paquetes* elaborados a partir del proceso de *enmarcamiento*) a sucesos y experiencias sociales. El término *marco* vendrá a denominar un punto de vista y *paquete* su concreción lingüística en los discursos sociales.

1. Frente al *esquema* o al *paquete*, en el curso de este artículo se va a emplear preferentemente el término *marco*. Por *marco interpretativo* puede entenderse la perspectiva, lingüísticamente estructurada, a partir de la cual se describen y valoran las situaciones

en este sentido, podemos considerarlo adscrito al *giro lingüístico* que se ha desencadenado durante el presente siglo en diferentes disciplinas de las Humanidades y de las Ciencias Sociales. El análisis del discurso periodístico ha sufrido también esta transformación. Así, Chillón (1998: 85) considera que la asunción del *giro lingüístico* en la comunicación periodística alumbró corolarios que podrían suscitar un replanteamiento epistemológico, teórico y metodológico en los estudios sobre periodismo. Forma parte de este replanteamiento la investigación de la construcción periodística de los conflictos surgidos a partir del intento, por parte de actores en oposición, de legitimar distintas visiones de mundo y propuestas de acción. En primer lugar, los actores sociales (actores reivindicadores [*claims-makers*], desde la sociología constructivista de los problemas sociales) utilizan *marcos* en declaraciones que, a partir de diversos grados de reformulación lingüística, recibirán visibilidad periodística; en segundo lugar, las empresas periodísticas pueden ofrecer sus propios *marcos* de interpretación de los acontecimientos.

El sentido conferido al concepto *marco interpretativo* es múltiple, como muchos de los conceptos trabajados en las Ciencias Sociales. Lakoff y Johnson (1998), en lugar de utilizar el término *marco*, usarán el término de *gestalt experiencial*. Trabajan en la psicología cognitiva, desde la que también se han planteado las propuestas de los *esquemas* o *marcos*.

Comprendemos el entorno cultural aplicando *esquemas* (Bordwell, 1995) o *marcos* de interpretación. Los periodistas los emplearán para comprender y plantear discursivamente, en términos informativos, los sucesos de la semioesfera, mientras que el público los utilizarán para comprender las noticias y situar sus referentes en una interpretación de mundo (McQuail, 2000: 534).

Los conceptos usados en la *comprensión* de una experiencia, generalmente concreta, pueden ser utilizados para caracterizar otra experiencia, más abstracta (convirtiéndose en conceptos metafóricos); es posible este proceso porque ambas situaciones comparten una misma *gestalt experiencial*; así, las diversas frases

metafóricas del ámbito *la discusión es una guerra* (*defendió sus argumentos* u otras) son posibles porque tanto las *discusiones* como las *guerras*, en cuanto procesos prototípicos abstraídos de los casos particulares por el ser humano, comparten dimensiones típicas de toda narración, tales como contar con *participantes*, *papeles*, *etapas*, una *secuencia*, *causas* y *objetivos* (Lakoff y Johnson, 1998). Es así como los seres humanos, por ejemplo, pueden *comprender* la *actividad política* como si fuera el desarrollo de un *juego*, comprensión expresada en discursos como el periodístico. Precisamente a partir de las dimensiones señaladas se originan las variables de análisis de las noticias o relatos informativos: así, de la construcción narrativa de los personajes y sus papeles surge el análisis de la *actorialización* (Martínez, 1994) de los relatos informativos.

El concepto *marco* es operativamente importante para este ámbito de investigación. Iyengar y Simon (1993: 369) señalarán al *enmarcado* o *marco mediático* como concepto manejado tanto por la *sociología*, para explicar el uso de líneas narrativas, símbolos y estereotipos en las representaciones mediáticas, como por la *psicología*, para explicar la potencial transformación que los seres humanos ejecutan en sus esquemas de interpretación como consecuencia, junto con la utilización de sus propios *marcos* de comprensión, de los *marcos mediáticos* que reciben y procesan². Asimismo, Entman (1993: 56-58) considera que esta propuesta puede contribuir con sus planteamientos a las discusiones teóricas *massmediáticas* sociológicas y psicológicas en el ámbito de la *autonomía* o *actividad de la audiencia*³, de la

2. Cabe realizar aquí una distinción sobre dos conceptos originados en la psicología. Si el término *representación social* se ha utilizado para considerar la visión de mundo ejecutada por los sujetos en sus experiencias cotidianas formalmente no institucionalizadas, el de *marco* lo ha sido para el caso de las visiones de mundo propugnadas desde ámbitos altamente especializados y difundidas en el espacio público (sistema político, empresas mediáticas, grupos de interés...).

3. Es decir, puede ser aplicado a los procesos de configuración de sentido que realizan las audiencias.

*objetividad periodística*⁴, del *análisis de contenido* y de la *opinión pública y la teoría democrática normativa*. Son precisamente las aportaciones de la mayor parte de estas discusiones el objeto del presente artículo.

EL MARCO INTERPRETATIVO
EN LAS TRADICIONES CRÍTICA
Y ADMINISTRATIVO-FUNCIONALISTA

Se asocia la noción de *marco*, en los estudios en comunicación, tanto a la tradición de investigación de los *efectos a largo plazo*, en el ámbito de la *opinión pública y la teoría democrática normativa*, como al *paradigma crítico*, con los estudios sobre la inscripción lingüística de la ideología hegemónica en el discurso periodístico (tratamiento de las problemática de la *autonomía o actividad de la audiencia* y de la *objetividad periodística*).

Durante el proceso de construcción de las informaciones, el *enmarcado textual* se constituye en el procedimiento lingüístico emprendido después de que los periodistas, durante sus rutinas profesionales, ejecuten *marcos experienciales* de comprensión de los distintos sectores de experiencia social.

Han surgido dos aplicaciones del concepto *marco interpretativo* en los estudios en comunicación: el *marco experiencial* y el *marco textual*. El *marco experiencial* forma parte del aparato conceptual de aquellas investigaciones sobre los procesos de producción de las empresas de comunicación (Tuchman, 1983; Fishman, 1983; Gitlin, 1980). Por lo pronto, voy a dedicarme al análisis de la noción *marco textual*⁵.

Según el *paradigma crítico*, el trabajo ideológico que supone la producción de significado en las redacciones es puesto en marcha por las rutinas periodísticas; este trabajo aparece en el discurso informativo como enunciados lógicos naturalizados o dados por sentado (Langer, 2000: 34-5), producto de la utilización de *marcos textuales*. El trabajo ideológico en la experiencia cotidiana de las redacciones se denomina *proceso de enmarcamiento*, categorizado según los autores como *marcos de interpretación estándar*⁶, *marcos mediáticos*⁷, *procesos de planificación*⁸, *prácticas de enmarcamiento*⁹, *metamensajes*¹⁰, o *marcos de trabajo de conceptos y valores*¹¹. Su ejecución dará por resultado la construcción de *paquetes textuales*.

La noción de *marco* también se asocia al *paradigma administrativo*, en el ámbito de los tradicionales estudios sobre la *opinión pública y la teoría democrática normativa*; me refiero a los procesos de *agenda setting* (procesos de primer nivel, o *agenda temática*, o de segundo nivel, o *agenda de atributos* de estos temas). Dispuestos o presentados en diversas configuraciones narrativas, los *marcos* o *paquetes* interpretativos de los actores sociales, en distintos grados, influyen en la construcción de la referencialidad emprendida por las empresas

4. En este último caso se estaría hablando de un *marco experiencial*. Los periodistas emplean los *marcos experienciales* bajo los que naturalizan como indispensables e insustituibles las condiciones de producción de las noticias.

5. Mi intención es completar el análisis de la tradición del *marco* con otros tres artículos más: uno dedicado a la historia del concepto en las Ciencias Sociales, otro dedicado a la problemática de la recepción en el público de los *marcos mediáticos* y finalmente una última aportación sobre los *marcos experienciales* utilizados en los procesos profesionales periodísticos de producción de conocimiento.

6. Glasgow University Media Group. *Bad News*. Londres: Routledge y Kegan Paul, 1976.

7. Gitlin, Todd. *The whole world is watching- Mass media in the making and unmaking of the New Left*. Berkeley, CA: University of California Press, 1980; Rachlin, Allan. *News as hegemonic reality: american political culture and the framing of news accounts*. New York: Praeger, 1988.

8. Hartley, John. 1982. *Understanding news*. Londres: Methuen.

9. Goldman, R. y A. Rajagopal. *Mapping hegemony: television news coverage of industrial conflict*. Norwood: Ablex, 1991.

10. M. Gurevitch y M. Levy. 1986. "Information and meaning: audience explanations of social issues". En: J.P. Robinson y M. Levy. *The main source*. Beverly Hills: Sage, 1986, 159-175.

11. Chibnall, Steve. *Law-and-order news. An analysis of crime reporting in the british press*. Londres: Tavistock Publications, 1977, 11-22.

periodísticas y esta última, a su vez, en la visión de mundo, instrumentalizada pragmáticamente, de la audiencia (Tekildsen y Schnell, 1997: 880-1). La audiencia estará configurada por diferentes públicos: actores del sistema político, expertos, ciudadanos, actores de grupos de interés (organizaciones no gubernamentales, empresas...).

LOS MARCOS INTERPRETATIVOS TEXTUALES

Propuesto por el psicólogo Gregory Bateson¹² y legitimado en el ámbito sociológico por Erving Goffman¹³, el concepto *marco interpretativo*, en el ámbito de la sociología de los medios y de los procesos de interpretación de las audiencias, aunque ha recibido diferentes definiciones (Entman, 1993: 51-2; Gamson, Croteau, Hoynes y Sasson, 1992: 384-86), todas ellas son semánticamente similares¹⁴. En el ámbito de la producción de conocimientos del sistema *massmediático*, los *marcos interpretativos*, según Gitlin (1980: 7), son “esquemas persistentes de conocimiento, interpretación y presentación, de selección, énfasis y exclusión, por el que los simbolizadores organizan de forma rutinaria el discurso, sea verbal o visual” (en cursiva en el original), mientras que el *proceso de enmarcado massmediático* de las situaciones sociales (asignación de *marcos* a estas últimas) es, según Entman (1993: 52)

Seleccionar algunos aspectos de una realidad percibida y destacarlos en el texto comunicado, de tal modo que promueva una específica definición de un problema, una interpretación causal, una evaluación moral y/o la recomendación de un tratamiento para la información descrita. (en cursiva en el original)¹⁵.

Interesa destacar que este proceso lingüísticamente selectivo se utiliza en la construcción de perspectivas sobre el mundo referencial. Utilizado en el proceso de fijación de las dimensiones públicamente relevantes de los acontecimientos sociales, Martínez (1994: 250) quiere dar a entender con el concepto *marco de referencia* “el hecho de que un mismo fenómeno social puede ser abordado desde diferentes puntos de vista”. Se trata de un proceso de tipificación (Berger y Luckmann, 1998) mediante el que se utilizan unos *marcos*, mientras se desestiman otros (Martínez, 1994: 250). *Massmediáticamente*, la noción de *enmarcado* remite a la ejecución de procedimientos lingüísticos selectivos, orientados por un *marco* o perspectiva, durante el proceso de construcción de los relatos informativos.

Desde el *paradigma administrativo funcionalista*, aparece, bajo esta noción de *marco*, la posibilidad de la influencia de los *marcos mediáticos* en el *segundo nivel del establecimiento en el temario público y, más particularmente, político*. Para Takeshita (1997: 23-4), la reciente atención que se ha dispensado a este último se explica por el auge que han adquirido las investigaciones sobre los *marcos interpretativos* (ambas perspectivas exploran los procesos mediáticos de definición de la realidad social). El interés radica en analizar cómo los *media*

12. Bateson, Gregory. “A theory of play and fantasy: a report on theoretical aspects of the project for study of the role of paradoxes of abstraction in communication”. En: *Approaches to the study of human personality*. American Psychiatric association. Psychiatric research reports, 2, 1955, 205-223.

13. Goffman, Erving. *Frame analysis. An essay on the organization of experience* (Foreword by Bennet M. Berger). Boston: Northeastern University Press, 1974. Consúltense también: Wolf, Mauro. *Sociologías de la vida cotidiana*. Madrid: Cátedra, 1988, 39-45.

14. Ghanem (1997: 7-10) ha señalado, las relaciones existentes entre el concepto de marco interpretativo y los conceptos *esquema*, *lo destacable*, *sesgo*, *índice*, y *cultivo*, utilizados asimismo en las investigaciones comunicacionales. Estas relaciones radican en la necesidad que tienen las tradiciones que manejan estos conceptos de analizar el discurso mediático para establecer su posición ideológica.

15. La noción de enmarcado como procedimiento lingüísticamente selectivo fue considerada también por el mismo Entman (1991: 11) cuando dos años antes, con mucha menor precisión, destacó que el uso de ciertas palabras e imágenes simbólicas en los relatos informativos asignaban responsables a las acciones o sucesos; fomentaban o reprimían la identificación de personas afectadas; ofrecían caracterizaciones de los sucesos y amparaban o suprimían las generalizaciones sobre el mismo.

diagnostican las causas de los problemas, realizan juicios morales (evaluando sus agentes causales y sus efectos) y sugieren remedios (prediciendo efectos y justificando soluciones) (Entman, 1993: 52) y cómo influyen en los atributos de los problemas que el público considera importantes¹⁶.

Debe destacarse que tres de las funciones cumplidas por los *marcos interpretativos* informativos, según Entman, no son otra cosa que los ideales componentes con que debe contar, según el *normativismo* de los cursos de redacción periodística, toda noticia 'bien construida': se afirma comúnmente que toda noticia que describa un acontecimiento social debe contar con antecedentes (*diagnóstico de causas*, en palabras de Entman), contexto (*definición de problemas* o *situaciones intervinientes*, en palabras de Entman), y consecuencias previstas (*remedios sugeridos*, en palabras de Entman). Un cuarto componente, la presencia de valores (*realización de juicios morales*, en palabras de Entman), no lo demandan los productores de noticias (niegan la presencia de juicios en los discursos informativos), aunque siempre se encuentre presente este componente en los mismos (con la selección de atribuciones con las cuales se caracteriza una situación ya se realiza, en principio, un juicio moral sobre esta última)¹⁷.

Desde tipologías similares también podemos analizar los atributos de los *marcos* utilizados por aquellos actores sociales que logran visibilidad informativa. En este sentido,

Ericson, Baranek y Chan (1991) consideran que el discurso mediático puede ser *factual, explicativo, descriptivo, evaluativo* y orientado a la *recomendación*. En este punto, podemos extrapolar la primera clasificación, ofrecida por Entman, con la segunda, ofrecida por Ericson, y comprobar su equivalencia. Así, por ejemplo, *definir* un problema implica emitir un conocimiento *factual y/o descriptivo*, *diagnosticar* su causa implica emitir un *conocimiento explicativo*, realizar un *juicio moral* acerca del problema es emitir un *conocimiento evaluador* (acerca de declaraciones, decisiones o acciones propias o ajenas consideradas problemáticas), mientras que *sugerir remedios* para tratar de solucionar un problema implica emitir *recomendaciones* para que el propio actor social colectivo u otros ajenos construyan y apliquen vías para solucionarlo. Debemos destacar, sin embargo, la dificultad de especificar separadamente en los relatos informativos, con propósitos analíticos, estos diversos enunciados¹⁸.

LA LEGITIMACIÓN DE LOS *MARCOS TEXTUALES*: CONFLICTO ENTRE LOS ACTORES SOCIALES

Los actores de los conflictos sociales se encargan de presentar, ante el sistema político y los demás públicos, diferentes causas y soluciones de aquellos problemas cuya existencia confirman. Intentando promover públicamente sus respectivas visiones de mundo, surge así su necesidad por influir en los *marcos* mediáticos

16. Para este investigador, los estudios sobre los atributos de los asuntos o sobre el *segundo nivel del establecimiento del temario público y, más particularmente, político*, han corregido el excesivo interés que han tenido las investigaciones sobre el establecimiento del temario centradas en los asuntos o temas (Takeshita, 1997: 23-4).

17. Trumbo (1996: 271) matiza más la equiparación de la estructura de los relatos informativos con los propósitos enmarcadores ejecutados por las empresas periodísticas; señala que las funciones enmarcadoras destacadas por Entman se encuentran presentes en la parte superior de la pirámide invertida de la noticia, procedimiento mediante el que se destacan ciertas atribuciones.

18. Por ejemplo, el conocimiento factual y el evaluativo se encuentran inextricablemente vinculados; en ocasiones, una declaración emitida en una sola frase estructurará simultáneamente ambos tipos de conocimiento. Al respecto, destacan Ericson; Baranek y Chan (1991: 33-5) que toda afirmación factual empírica está interrelacionada con la interpretación (todo hecho es interpretado por los actores sociales —cuya lectura le otorga un carácter ficticio— y, seguidamente, esta interpretación será interpretada a su vez por otros actores sociales); además, por otra parte, en toda declaración factual y/o descriptiva se connotan valores. Toda proposición, en suma, puede cumplir diferentes funciones y constituirse, en consecuencia, en diversas categorías de conocimiento.

(Wolsfeld, 1991: 18), naturalizados como la más plausible descripción e interpretación de la realidad social¹⁹.

Estando el sistema productivo comunicativo integrado articuladamente por producción, circulación y consumo (Verón, 1987: 19), la legitimidad de los *marcos interpretativos* será negociada entre las fuentes, los editores, los periodistas (Gitlin, 1980: 274) y las audiencias. Serán negociados en su pertinencia y en su legitimidad. Sometido a diversas mediaciones, en las que se renegocia su sentido, el *marco* de una institución social, sobre todo con gran poder sociopolítico, podrá llegar a ser utilizado, en diversos procesos de inferencia, por los ciudadanos²⁰. ¿Qué sucede en las negociaciones entre las instituciones sociales y los *media*? Aunque Steele (1997: 84) se ocupa de recordar que los *marcos* ejecutados rutinariamente por los periodistas pueden determinar el patrón de selección de las fuentes (utilizadas como autoridades), debe destacarse que, a su vez, estos *marcos* han sido impuestos como válidos, en la mayor parte de los casos, por las fuentes. Dependerá del grado de dependencia o independencia ideológica, tecnológica o productiva de la empresa periodística (situación que determinará relaciones de cooperación o de conflicto), su decisión de incorporar *marcos* provenientes de los actores sociales o de proponer *marcos* propios. De estas relaciones depende, por ejemplo, que una *acción colectiva* (movimiento social), en sus acciones y discursos, sea legitimado o, por el contrario, quede designada como socialmente *desviada*.

19. Los periodistas emplean paquetes interpretativos como modos naturalizados de asignar sentido a los acontecimientos (Steele, 1997: 89).

20. Hablando del circuito o ecosistema *massmediático*, Entman (1993: 52-3) señalará que los *comunicadores* enjuician la realidad por medio de sistemas de creencias establecidos a partir de paquetes interpretativos; los *textos*, por su parte, están contruidos a partir de los recursos retóricos de cada paquete interpretativo; los *receptores* emplean paquetes interpretativos en su decodificación de los discursos; y la *cultura*, por último, está formada por el conjunto de paquetes interpretativos de la realidad que los grupos sociales invocan como demostrables.

Desde los años sesenta, la legitimidad informativa asignada por las empresas periodísticas a los actores sociales se encuentra sólidamente presente en los estudios constructivistas del *paradigma crítico* sobre la comunicación de masas. Se investiga la *imagen mediática* asignada a una gran diversidad de actores: se establecerá si las empresas de comunicación, en relatos informativos (también en programas de ficción), describen a los actores sociales como socialmente *desviados* o como actores que se sujetan a las normas públicamente legitimadas. ¿Qué conclusiones se han extraído de los estudios para el caso de las acciones colectivas o movimientos sociales? Si para Gamson y Wolfsfeld (1993: 118) la transacción entre los movimientos y los *media* es una lucha por el *enmarcado interpretativo*, esta última lucha, para Ashley y Olson (1998: 263) ha sido ganada por los *media*, dado que estos, como puede comprobarse mediante la literatura existente, han representado a los movimientos sociales, desentendiéndose de las pretensiones de estos últimos, desde una perspectiva deslegitimadora; han reforzando así su papel de certificadores de la autoridad de las grandes instituciones sociales (ante los ciudadanos y los políticos), jugando un papel crucial, de paso, en el fracaso de las organizaciones de los movimientos sociales a la hora de alcanzar muchos de sus objetivos. Se presentan excepciones. Se esperará que los *movimientos de consenso* (como los agropecuarios, considerados como actores que emprenden acciones en beneficio de la sociedad y cuyos objetivos forman parte incluso de los objetivos de algunas elites de las comunidades en las que se movilizan) acaparen legitimidad informativa de los *mass media*, cuya ideología empresarial se encuentra en consonancia con la ideología de las grandes instituciones formales.

Más allá de legitimar o deslegitimar 'a rajatabla' los *marcos* de los actores sociales, los *media* también pueden modificar parcialmente la propuesta lingüística de los actores sociales. Así debemos entender la afirmación de Terkildsen, Schnell y Ling (1998: 48), para quienes la decisión de incorporar o no el lenguaje y las metáforas procedentes de los grupos de interés depende en última instancia de los medios de comunicación (aunque estos grupos de interés

también pueden ser capaces de maximizar por propia iniciativa su representación informativa al usar símbolos dramáticos). Más que construir perspectivas novedosas de los aconteceres sociales, los *media*, reformulando hasta cierto grado su sentido, elevarán o disminuirán la legitimidad de perspectivas ya instrumentalizadas por los actores sociales. Señalan Ericson, Baranek y Chan (1991: 188) que los periodistas suelen incorporar en las noticias, como fuente de conocimiento, sus propias afirmaciones, por lo general en el inicio y final de los relatos y en los enlaces entre los comentarios de las fuentes.

Como una de las situaciones potenciales ante acontecimientos en proceso, durante las etapas subsiguientes podrán presentarse más posibilidades de que los *media* los interpreten desde sus propios *paquetes* interpretativos. Así, Terkildsen, Schnell y Ling (1998: 56-7), a partir del análisis de la representación mediática de los grupos de interés a favor y en contra del aborto en EE. UU. desde 1960 hasta 1979, establecieron que mientras en las etapas iniciales de la controversia los *media* incorporaron los *paquetes* interpretativos propuestos por los actores sociales en disputa, una vez que desarrollaron ciertos intereses hacia el conflicto crearon su propio *marco* de análisis; ejecutaron un amplio margen de autonomía discursiva al construir e incorporar su propio lenguaje simbólico, al rechazar el uso de los símbolos provenientes de los grupos de interés (incluso aunque estos últimos modificaran los suyos propios para intentar alcanzar a una audiencia más amplia) y al establecer los parámetros de su visibilidad (decidiendo los portavoces por citar). Podemos afirmar que con el análisis de la construcción informativa de los movimientos sociales se llena uno de los vacíos investigadores que, según Shoemaker, Tsan-Kuo-Chang y Bredlinger (1987: 353), se presenta en el ámbito de la *sociología de la desviación*, en cuya visión sólo se han considerado a los *media* como simples canales de circulación de las definiciones, sin llegar a reconocer su actividad redefinidora. Sin embargo, aunque se reconozca su actividad definidora, los *media* reformularán en más ocasiones *marcos* ajenos (haciéndolos simbólicamente más complejos o más simples).

NIVELES DE ABSTRACCIÓN DE LOS PAQUETES INTERPRETATIVOS MEDIÁTICOS: MARCOS TEMÁTICOS Y MARCOS DE ACONTECIMIENTOS

Los *marcos mediáticos*, expresados narrativamente en los relatos informativos y argumentativamente en los textos de opinión, se utilizan en la caracterización de ámbitos de actividad social, de procesos específicos y de acontecimientos.

En el caso de los *marcos informativos*, Gamson, Croteau, Hoynes y Sasson (1992: 385) establecen los procesos de *enmarcamiento de acontecimientos o historias particulares*, bajo los que se comprenden las *situaciones* o los *acontecimientos*; *enmarcamiento de temas*, utilizados en la comprensión de los *procesos sociales*; y *enmarcamiento de ámbitos sociales completos que trascienden situaciones específicas y temas*, en el ámbito de *asuntos o problemáticas generales*. Por su parte, Iyengar y Simon (1993: 369-70) establecen la tipología del *marco episódico*, que describe los fenómenos sociales en términos de ejemplos concretos o acontecimientos específicos, y del *marco temático*, que los sitúa en algún contexto general o abstracto (toma la forma de un reportaje o informe de antecedentes, de actualidad o de predicciones orientado a explicar las condiciones generales de los fenómenos sociales). Confrontando ambas tipologías se comprueba la similitud de sus respectivas propuestas.

Acciones y situaciones diferentes y complejas en su estructura han quedado categorizadas como parte de un mismo *asunto* o *ámbito social* al quedar asignadas bajo una misma etiqueta, como sucede en los siguientes *marcos de asuntos*: *guerra fría*, *terrorismo internacional* o *peligro para el medio ambiente mundial* (McQuail, 2000: 534), este último en referencia a los múltiples procesos de degradación del ambiente natural.

A su vez, una política agropecuaria, comprendida desde el *marco de asunto* de las *políticas públicas*, puede ser comprendida desde el *marco temático* de los *actores afectados* por la promulgación de la política pública (*perspectiva económica*) o el *marco temático* del *impacto*

ecológico de su potencial ejecución (*perspectiva ecológica*), aunque ambos se intercepten en cierta medida.

Desde el ámbito de los *marcos de acontecimientos*, por su parte, una misma acción puede ser categorizada como *accidente (acción no intencional)* o como *sabotaje (acción intencional)*.

Cada *marco* se expresará discursivamente en sus correspondientes *paquetes interpretativos* (con sus respectivos argumentos y figuras retóricas), aunque cada *paquete* específico incorporará muchos de los argumentos y figuras que se encuentren en *paquetes* construidos desde una mayor generalización o abstracción; argumentos sobre costes y beneficios pueden aparecer en el *enmarcado de ámbitos sociales, de procesos o temas y de acontecimientos*.

A continuación se ofrece una caracterización de los *marcos* que denominaremos, de ahora en adelante, *marcos de acontecimientos* (Gamson, Croteau, Hoynes y Sasson) y *marcos temáticos* (Iyengar y Simon):

1. *Los marcos de acontecimientos* remiten a la tipificación de acontecimientos temporalmente puntuales (accidentes, por ejemplo) o de acontecimientos inscritos en *etapas de procesos*. Ryan y Owen (1976) definen el *relato orientado al acontecimiento* como aquel que se origina en sucesos situados con precisión en el tiempo y en el espacio. Remite a acciones definidas en sus límites, por ejemplo, decisiones (destituciones, promulgación de políticas públicas), declaraciones (de apoyo, de crítica...), manifestaciones públicas de protesta... Este proceso de *enmarcado* es utilizado más por la televisión (mediante la cobertura en vivo, visualmente atractiva) que por los medios escritos (Iyengar y Simon, 1993: 370). A partir del *marco de un acontecimiento* empleado por los periodistas se narra selectivamente una historia, con su comienzo, su desarrollo y su final (historia del desarrollo, por ejemplo, de una manifestación pública de protesta). Parte importante de los relatos orientados a acontecimientos específicos ofrecen informaciones concretas, *vívidas*. En el ámbito de la argumentación mediante la ilustración, para Iyengar y Kinder (1987: 36) la *información vívida* es aquella en la que se presta atención a los rela-

tos de situaciones personales. En estas circunstancias, el relato, mediante el procedimiento de la ilustración, hace más comprensible el problema prototípico para el ciudadano medio²¹. Los relatos orientados al acontecimiento presentan asuntos obstrusivos, aquellos que, según Yagade y Dozier (1990: 4) son experimentados personalmente por el individuo. El público conoce experiencias mediáticamente simbolizadas que puede estar experimentando.

Los periodistas pueden tener acceso directo a los acontecimientos, como sucede en las manifestaciones públicas de protesta, o acceso indirecto por mediación de sus fuentes, como sucede en el caso de los encuentros negociadores (narrados selectivamente por portavoces a los periodistas en conferencias de prensa).

2. *Los marcos temáticos* remiten a la caracterización de procesos. Ryan y Owen (1976) categorizan el *relato orientado al tema* como todo aquel en el que se ofrece una visión general de los problemas sociales; en los *informes o reportajes*, los procesos (conjunto de acontecimientos) son situados en perspectiva. Comparando los medios de comunicación, son utilizados en más ocasiones por los medios escritos y por la radio que por la televisión. Para Martínez (1994: 285), la competencia de los medios audiovisuales reorientaría en mayor grado a los medios impresos hacia la contextualización y la interpretación de hechos y temas de actualidad de los relatos temáticos.

Los relatos orientados al tema se encuentran en toda las secciones del periódico, aunque algunos ámbitos de la experiencia social son categorizados más que otros desde esta perspectiva. Por ejemplo, los procesos económicos, con la representación informativa de los resultados estadísticos de las organizaciones productivas y financieras, temporalmente contabilizados (por trimestres, semestres o años), o los procesos de políticas económicas, quedarán sujetos en mayor medida al *enmarcado temático* de los ámbitos sociales. Las encuestas,

21. La mayor parte de los relatos en los que se utilizan *marcos episódicos* son relatos *vívidos* de situaciones o acontecimientos humanos particulares.

los mapas, los cuadros, los gráficos, las tablas también constituyen formatos informativos orientados al tema, así como cualquier otro formato o relato del llamado *periodismo de precisión*. También encontramos este tipo de relatos en los suplementos dominicales de los diarios. Con los reportajes, la empresa periodística certifica que el fenómeno social que constituye el referente informativo ha ingresado en la Historia o va a ingresar en un futuro próximo.

Temporalmente, los *relatos orientados al tema* se centran en: 1. Caracterizar acontecimientos, procesos, objetos y personas del pasado (relatos retrospectivos o relatos de diagnósticos). Asignándole importancia, el relato de antecedentes sitúa un cambio social, una tendencia, un fenómeno, en las discusiones mediáticas (Gitlin, 1980: 35); 2. Caracterizar acontecimientos, procesos, objetos y personas del presente (relatos de análisis de la actualidad, definida esta última en términos más a menos extensos en su delimitación temporal); 3. Caracterizar acontecimientos, procesos, objetos y personas del futuro (relatos de análisis de predicciones). Se recurrirá en estas tres ocasiones a géneros informativos como los reportajes, los retratos-semblanzas...²².

En función del objeto de estudio, se categorizarán como: 1. *Relatos de semblanzas*. Si el objeto de estudio es una persona: encontramos los relatos de personalidades en las llamadas *semblanzas* de personajes públicos que se encuentran en plena, aunque potencialmente transitoria (fugaz), línea de autoridad. 2. *Relatos en perspectiva*. Si el objeto de estudio es un proceso, se construirán relatos en perspectivas orientadas por el pasado, el presente o el futuro.

Cuando no se ofrezcan casos ilustrativos, los relatos informativos de interpretación del *estado general* de grandes temas sociales aparecerán como informaciones *pálidas*. La *información pálida* trata de conceptos abstractos o de tendencias generales (Iyengar y Kinder, 1987: 36). Bajo este concepto se categoriza la información en términos del posible atractivo o interés que pueda tener para la audiencia: lo *vívido* es lo interesante (lo atractivo sería lo particular, el caso); lo *pálido* es lo gris o aburrido (lo tedioso sería lo generalizado, la abstracción), atribución recurrentemente asignada a las noticias económicas orientadas al tema (por ejemplo, a los relatos informativos sobre los resultados financieros trimestrales de las empresas). Algunos *relatos orientados al tema* remiten a discursos en los que se *teorizan o generalizan* situaciones o procesos, ofreciendo *estados de la cuestión y proyecciones*, mediante un lenguaje más o menos especializado, como referente. Representan *asuntos no obstrusivos*, aquellos que, según Yagade y Dozier (1990: 4), no son experimentados directamente por los individuos. Un ser humano puede acceder, como experiencia directa, a un acontecimiento, por ejemplo, a un despido; sin embargo, no puede ser testigo de todo un proceso.

Ambos marcos, el *temático* y el de *acontecimientos*, pueden aparecer en una misma noticia. Un informe puede incorporar la narración de un caso; a su vez, el carácter ilustrativo de una situación particular puede quedar respaldada en estadísticas (Iyengar, 1991).

En ocasiones, el conocimiento que irá a constituir el material de los *relatos orientados al tema* queda visibilizado, sin embargo, gracias a la realización de acontecimientos informativamente aperturistas. Ryan y Owen (1976) incluyen en los relatos orientados al tema aquellos en los que, durante ciertos acontecimientos planificados, se visibiliza conocimiento. Uno de estos acontecimientos es la *conferencia de prensa*, ocasión que un actor institucional aprovecha para ofrecer los datos de una investigación o de una actividad de acceso restringido. El documento, en consecuencia, se convierte en el eje de un *relato orientado al tema*, mientras que la actividad se convierte en fuente para un *relato orientado al acontecimiento*. La ocasión

22. Un mismo formato de conocimiento puede contribuir a la construcción de diversos relatos que ofrecen una perspectiva temporal diferente: un informe en el que se diagnostica un problema y, con base en los recursos disponibles en la actualidad, en el que también se proponen ciertas propuestas de solución, puede dar lugar un relato centrado en diagnósticos, a un relato centrado en el análisis de la actualidad, a un relato sobre predicciones, o a un único relato que incorpore, simultáneamente, diagnósticos, análisis de acciones presentes y predicciones.

en la que se emite el discurso, la conferencia de prensa, no constituye precisamente el referente del relato informativo, sino el informe o la actividad. La atención informativa está centrada en el contenido, en los datos, en el discurso emitido durante una *conferencia de prensa*, no en la conferencia misma (es decir, no en el acontecimiento mediante el que se visibiliza conocimiento).

ILUSTRACIONES DE MARCOS TEMÁTICOS

La inscripción de *paquetes* de interpretación en los relatos informativos forma parte de la *operación discursiva tematizadora* (Martínez, 1994) emprendido por las empresas periodísticas.

El *paquete interpretativo temático*, tal como lo comprenden Gamson y Modigliani (1989: 3), consta de *dispositivos de razonamiento* (relatos causales, relatos de consecuencias y relatos de justificación de las acciones o de apelación a principios morales) y de *dispositivos de marco* (metáforas, ejemplos, descripciones, imágenes visuales —como los iconos, entre ellos— y las frases *pegajosas* o lemas), ambos recursos simbólicos utilizados para comprender los acontecimientos, temas o situaciones problematizados. Como se sabe, en todo proceso de políticas públicas las dos partes opositoras ofrecen argumentos y figuras retóricas diferentes a la hora de caracterizar el mismo proceso. Así, en el proceso de *Reforma del Instituto Costarricense de Electricidad (ICE)* se concretaron argumentativa y retóricamente dos *marcos*: uno a favor y otro en contra de su privatización.

La construcción informativa de las *acciones colectivas* ha recibido bastante atención. Podemos citar algunos casos. Se ha investigado, por ejemplo, la construcción mediática de los *movimientos antinucleares* (Gamson y Modigliani, 1989: 1-37; Entman y Rojecki, 1993: 151-167), los *movimientos de mujeres* (Van Zoonen, 1992: 453-76; Terkildsen y Schnell, 1997: 879-900; Ashley y Olson, 1998: 263-77) o los *movimientos sindicalistas* del ámbito *industrial* (Hartmann, 1979; Douglas, Pecora y Guback, 1985; Walsh, 1988) o *agropecuario* (Marshall, 1977; Rada, 1977). Algunos de estos análisis responden a la tradición del *marco interpretativo temático*.

Origen de una tradición de análisis, Gamson y Modigliani (1989) aplicaron los *paquetes interpretativos temáticos*, como estrategia conceptual-metodológica, al analizar el asunto de la energía nuclear; se investigó la incidencia de los *marcos* temáticos *a favor* de la energía nuclear, denominados *progreso*²³ e *independencia energética*²⁴ y de los *marcos en contra*, sustentados por la coalición correspondiente de actores, *trato diabólico*²⁵, *caballo desbocado*²⁶, *responsabilidad pública*²⁷, *coste sin eficacia*²⁸ y *vías no dañinas*²⁹. El análisis se ejecutó en *televisión, revistas informativas semanales, caricaturas y columnas de opinión*³⁰.

Ilustración de los análisis que usan la propuesta conceptual-metodológica de los *marcos temáticos* también la ofrecen Terkildsen y Schnell (1997); proponen que en la prensa estadounidense, desde los años cincuenta hasta los noventa, la construcción mediática de los movimientos de mujeres, el feminismo y otros problemas públicos que afectan a las mujeres se expresó en seis esquemas cognitivos: el *feminismo*, lo *económico/el puesto de trabajo*, los *papeles políticos de las mujeres*, el *anti-feminismo*, los *papeles tradicionales de género* y las *divisiones entre las mujeres*.

-
23. Es decir, la energía nuclear como fuente de progreso.
 24. Es decir, la energía nuclear como alternativa para alcanzar independencia respecto del petróleo.
 25. Es decir, se solucionan los problemas actuales, pero se crean nuevos para el futuro.
 26. Es decir, una vez que, irresponsablemente, ha aparecido la energía nuclear, hay que cargar con las consecuencias.
 27. Es decir, la industria nuclear, orientada hacia la obtención de beneficios, restringe la investigación en fuentes alternativas.
 28. Es decir, la energía nuclear, en comparación con otras fuentes, es cara.
 29. Es decir, la necesidad de incentivar fuentes más seguras y renovables.
 30. Los autores emplearon dos muestras quincenales, la primera situada en 1973 y la segunda en 1977.

En el análisis, aplicado a una muestra informativa³¹, se destaca una evolución en los *marcos interpretativos temáticos* visibilizados: el *anti-feminismo* se incorpora en los años sesenta y las *divisiones entre las feministas* en los setentas; por otra parte, mientras que la preocupación principal en los años cincuenta responde a los *papeles tradicionales de género* y en los sesenta a lo *económico* y los *puestos de trabajo* ocupados por mujeres, en los setentas, ochentas y noventas pasa a ocupar el primer lugar el *marco temático del feminismo* (Terkildsen y Schnell, 1997: 885).

En Liebler y Bendix (1996)³² se realizó un análisis sobre un conflicto de tala de árboles para determinar si se visibilizó mediáticamente en mayor medida el *marco* de los grupos ecologistas, que destaca las consecuencias destructivas de la tala en la vegetación y la fauna (*marco* contra la tala), o el *marco* de la industria maderera, que destaca las beneficiosas consecuencias económicas y sociales de esta actividad (*marco* a favor de la tala).

También ha sido analizado el papel que tienen los acontecimientos críticos o claves en la redefinición temática de los procesos. Así, un *referendum* sobre el aumento de los impuestos en una comunidad de los EE.UU. contribuyó a la redefinición exitosa del movimiento conservador local, respaldada por los media y otros actores, del problema financiero de las escuelas locales: su interpretación se desplazó desde el *marco* de la *justicia redistributiva* hasta el *marco* de la *eficiencia productiva* (Pride, 1995).

Pueden realizarse, en la tradición del *marco interpretativo*, análisis de contenido para determinar, en las fases de los problemas sociales (establecidas por el investigador), la presencia de declaraciones de los actores sociales, o de afirmaciones de los periodistas, sobre el etiquetaje de los problemas, sobre sus causas, sus juicios y sobre los remedios propuestos. Se

analizarán las etiquetas, las causas, los juicios y los remedios conferidos a los acontecimientos problemáticos (un derrame de petróleo), así como a los asuntos o temas problemáticos (la degradación del medio ambiente). Trumbo, interesándose en la construcción mediática del cambio climático en la prensa de EE.UU. desde 1985 hasta 1994, llegó en su estudio de este proceso a diversas conclusiones: los políticos y los grupos de interés enmarcaron en mayor medida *juicios*, mientras que los científicos, menos mencionados con el paso del tiempo, estuvieron ligados en mayor medida con el enmarcado de *causas*; por otra parte, en la fase de *precontroversia*, el *enmarcado* más utilizado fue, comparativamente, el de las *causas*; en la de *controversia*, los *juicios*; y en la de *postcontroversia*, aunque predominó el *causal*, aumentó el enmarcado de los *remedios* propuestos.

Configurados a partir de la determinación de los factores *causa* y *tratamiento/solución*, Iyengar (1991: 30-1) estableció cuatro *marcos* para analizar la responsabilidad atribuida al crimen por los *media* y el público: *disuasivo* (las causas del crimen son las tendencias individuales y los castigos insuficientes; el tratamiento, penas mayores); *social* (causa: condiciones sociales problemáticas; solución, mejoramiento de las condiciones sociales); *protector* (causa: tendencias individuales y penas insuficientes; tratamiento: mejoramiento de las condiciones sociales) y *punitivo* (causa: condiciones sociales problemáticas; solución: mayores penas).

Asimismo, Iyengar (1991: 52) estableció cuatro *marcos* para el análisis del desempleo y la pobreza: *social* (causa: condiciones sociales; solución: esfuerzos sociales); *individual* (el individuo como responsable de su causa y tratamiento); *protector* (causa: el individuo; solución: la sociedad) y *compensatorio* (causa: la sociedad; el individuo, por su parte, debe esforzarse por la solución del problema).

Este tipo de tipologías temáticas o de *marcos* interpretativos temáticos son especialmente útiles en los *análisis de contenido categoriales* que estudian tendencias: su mayor utilidad se encuentra precisamente en el análisis de los procesos sociales en cuanto tendencias temporales (evolución temporal de los conflictos).

31. La muestra correspondió a los tres mayores semanarios de aquellas décadas en los EE.UU.: *Time*, *Newsweek* y *News and World Report*.

32. Se procedió a analizar todas las noticias de este conflicto en la *ABC*, la *CBS* y la *NBC* desde abril de 1989 hasta abril de 1993.

Por último, en el ámbito costarricense cabe destacar el análisis, realizado por Rodríguez Molina (1998: 37-54), de los argumentos y de los recursos retóricos del *marco* temático *consensual* para el caso de la construcción mediática del Pacto Figueres-Calderón.

ILUSTRACIONES

DE MARCOS DE ACONTECIMIENTOS

La teoría de los *marcos interpretativos* también ha sido utilizada en el análisis de los *marcos episódicos* o de *acontecimientos* de los relatos informativos. Las protestas colectivas, una de las más importantes actividades de los movimientos sociales, han acaparado este interés. Wolfsfeld (1991: 15-8) señala cinco factores como los intervinientes en la construcción de los *marcos* interpretativos mediáticos sobre la protesta pública: la independencia política de los medios de comunicación periodísticos para emprender la representación informativa de estas actividades, el patrocinio informativo de los grupos de protesta en su papel de fuentes, las normas y las prácticas mediáticas, la ideología política y cultural de los periodistas y los acontecimientos en sí mismos. En otros términos, todos los factores que señalan los investigadores de la *sociología de los medios* como determinantes de la noticiabilidad de los referentes sociales (es decir, ideología de la empresa informativa, cultura profesional, rutinas de trabajo y relaciones con las fuentes y otros actores exógenos) determinarán también el resultado de la construcción discursiva mediática de las actividades de los movimientos sociales.

¿Cuáles serán los *marcos interpretativos* episódicos resultantes? Aplicando un *marco de acontecimiento* o *episódico*, el periodista puede emprender diversas *operaciones discursivas* (Martínez, 1994) a la hora de construir el relato informativo sobre una actividad de protesta. Wolfsfeld (1991: 18) considera que el número de *marcos interpretativos* de las protestas es limitado, factor que facilita su análisis; en su caso, establece los *marcos* del *riesgo* y el *peligro*, el de la *violencia*, el de las *víctimas* y el de la *protesta contra actores con poder sociopolítico*, dependiendo de las situaciones y de los actores seleccionados.

Cada uno de estos *marcos* se expresará, en el relato, mediante diferentes procedimientos. Ashley y Olson (1998: 264) destacan algunos; un movimiento social puede ser ignorado (es decir, se enmarca al movimiento mediante su ausencia) o arrinconado a las páginas posteriores; mediante la descripción de los manifestantes; la representación de los acontecimientos o, en cambio, de los objetivos y de los intereses de los grupos; la trivialización de su vestimenta, lenguaje, edad, estilo u objetivos; o la marginalización de sus puntos de vista (al quedar atribuidos a grupos socialmente *desviados*).

Al *paradigma crítico* le interesará determinar si, mediante las declaraciones factuales, explicativas, evaluadoras y de recomendación que construyen en sus relatos, las empresas periodísticas desarrollan cierto *sesgo ideológico*. En el estudio cuantitativo de dos décadas sobre los *marcos interpretativos episódicos* utilizados en la construcción informativa de diversas actividades de protesta de movimientos feministas y antifeministas, Ashley y Olson (1998) determinaron que los *media* categorizaban a ambos como *ilegítimos* si era trivializado su lenguaje (mediante la utilización de *comillas*), si se prestaba interés a su apariencia externa, si el número de manifestantes era determinado a *la baja* y si se destacaban las discusiones internas; además, los categorizaban como *desviados* si los mostraban como actores que quebraban las normas sociales, es decir, si se destacaba la violencia y los ataques de los manifestantes.

Un ejemplo sobresaliente por la claridad de la aplicación de un *marco interpretativo textual de acontecimiento* es el ofrecido por Entman al analizar la construcción informativa mediática de dos derribos de aviones comerciales: el protagonizado por la URSS (en 1983) contra un avión coreano y por EEUU contra un avión iraní (en 1986). Como puede esperarse, las empresas periodísticas estadounidenses utilizaron en mayor medida en el primer caso, en términos comparativos, conceptos *humanizadores*; además, mientras en el derribo del avión coreano fueron empleadas preferentemente, en referencia a la acción emprendida, las palabras *ataque y tragedia (marco moral)*, en el caso del avión iraní se usaron en mayor medida las palabras *deliberado y error (marco técnico)*. En este

caso, una acción idéntica en su estructura narrativa (derribo de un avión), fue enmarcada bajo dos perspectivas diferentes: el *accidente técnico (tragedia y error)* y la *acción bélica premeditada (ataque y deliberado)*. Este es un ejemplo de *análisis de contenido cuantitativo retórico*, en lugar de *categorial*: no se cuantificaron en este caso categorías temáticas, sino recursos retóricos.

PARA TERMINAR...

Por último, cabe señalar que los *marcos* siempre se encuentran en confrontación dialógica (Voloshinov/Bajtín, 1992) como consecuencia de la evolución de los planteamientos de los actores protagonistas de los conflictos (por ejemplo, los actores, para hacer frente a refutaciones, deben modificar parcialmente su propuesta). Aparece la *transformación del marco* (Snow, *et al.*, 1986; Snow y Benford, 1988), incorporada en la narrativa causal correspondiente de los actores en conflicto. Además, cada parte pretenderá que los *media*, como instancia de legitimación de problemas sociales (Hilgartner y Bosk, 1988) modifiquen su *marco mediático* (Gurevitch y Levy, 1986)³³, o que el sistema político modifique, a favor de sus intereses, con respaldo o no de los *media*, las propuestas de las políticas públicas. En consecuencia, la propuesta metodológica de los *marcos* también puede ser empleada en el análisis de propuestas sujetas a transformaciones a raíz de las interacciones producidas entre los actores de los conflictos sociales.

BIBLIOGRAFÍA

Ashley, Laura y Beth Olson. "Constructing reality: print media's framing of the women's movement, 1966 to 1986", *Journalism Quarterly*, 75(2), 1998, 263-77.

33. El interés de los actores sociales en conflicto por influir en el discurso mediático es tan grande que muchas veces se desinteresan por la comprensión de este discurso por parte del público (Gamson, Croteau, Hoynes y Sazón, 1992).

Bateson, Gregory. "A theory of play and fantasy: a report on theoretical aspects of the project for study of the role of paradoxes of abstraction in communication". En: "Approaches to the study of human personality". American Psychiatric Association. *Psychiatric Research Reports*, 2, 1955, 205-223.

Berger, Peter L. y Thomas Luckmann. *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu editores, 1998.

Bordwell, David. *El significado del filme. Inferencia y retórica en la interpretación cinematográfica*. Barcelona: Editorial Paidós, 1995.

Casson, Ronald W. "Schemata in cognitive anthropology", *Annual Review Anthropology*, 12, 1983, 429-62.

Charron, Jean. "Los medios y las fuentes. Los límites del modelo de *agenda-setting*". En: Gilles Gauthier, André Gosselin y Jean Mouchon (comps.). En: *Comunicación y política*. Barcelona: Editorial Gedisa, 1998, 72-94.

Chibnall, Steve. *Law-and-order news. An analysis of crime reporting in the british press*. Londres: Tavistock Publications, 1977.

Chillón, Albert. "El «giro lingüístico» y su incidencia en el estudio de la comunicación periodística", *Anàlisi*, 22, 1998, 63-98.

Douglas, Sara; Norma Pecora y Thomas Guback. "Work, workers and the workplace: is local newspaper coverage adequate?", *Journalism Quarterly*, 62(4), 1985, 855-60.

Entman, Robert M. "Framing US coverage of international news: contrasts in narratives of the KALL and Iran Air Incidents" *Journal of Communication*, 41(4), 1991, 6-27.

- _____. "Framing: toward clarification of a fractured paradigm", *Journal of Communication*, 43(4), 1993, 51-8.
- Ericson, Richard V.; Patricia M. Baranek y Janet B.L. Chan. *Negotiating control. A study of news sources*. Milton Keynes, England: Open University Press, 1989.
- _____. *Representing order: crime, law, and justice in the news media*. Milton Keynes, England: Open University Press, 1991.
- Fishman, Mark. *La fabricación de la noticia* (Trad. de Leandro Wolfson). Buenos Aires: Tres Tiempos, 1983.
- Gamson, William A. y André Modigliani. "Media discourse and public opinion on nuclear power: a constructionist approach", *American Journal of Sociology*, 95(1), 1989, 1-37.
- Gamson, William A. y Gadi Wolfsfeld. "Movements and media as interacting systems", *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 528, 1993, 114-125.
- Gamson, William A.; David Croteau; William Hoynes y Theodore Sasson. "Media images and the social construction of reality", *Annual Review of Sociology*, 18, 1992, 373-93.
- Ghanem, Salma. "Filling in the tapestry: the second level of agenda-setting". En: Maxwell McCombs; Donald L. Sahw y David Weaver (eds.). *Communication and democracy. Exploring the intellectual frontiers in agenda-setting theory*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 1997, 3-14.
- Gitlin, Todd. *The whole world is watching. Mass media in the making and unmaking of the new left*. Berkeley, Los Angeles: University of California Press, 1980.
- Glasgow University Media Group. 1976. *Bad News*. Londres: Routledge y Kegan Paul, 1976.
- Goldman, R. y A. Rajagopal. *Mapping hegemony: television news coverage of industrial conflict*. Norwood: Ablex, 1991.
- Goffman, Erving. *Frame analysis. An essay on the organization of experience* (Foreword by Bennet M. Berger). Boston: Northeastern University Press, 1974.
- Gurevitch, M. y M. Levy. "Information and meaning: audience explanations of social issues". En: J.P. Robinson y M. Levy. *The main source*. Beverly Hills: Sage, 1986, 159-175.
- Hansen, Anders; Simon Cottle; Ralph Negrine y Chris Newbold. *Mass communication research methods*. London, England: MacMillan Press, 1998.
- Hartley, John. *Understanding news*. Londres: Methuen, 1982.
- Hartmann, Paul. "News and public perceptions of industrial relations". *Media, Culture and Society*, 1(3), 1979, 255-70.
- Hilgartner, Stephen y Charles L. Bosk. "The rise and fall of social problems: a public arenas model", *American Journal of Sociology*, 94(1), 1988, 53-78.
- Iyengar, Shanto. *Is anyone responsible? How television frames political issues*. Chicago: The Chicago University Press, 1991.
- Iyengar, Shanto y Donald R. Kinder. *News that matters. Television and American opinion*. Chicago: The University of Chicago Press, 1987.
- Iyengar, Shanto y Adam Simon. "News coverage of the Gulf crisis and public opinion. A study of agenda-setting, priming, and framing", *Communication Research*, 20(3), 1993, 365-383.

- Lakoff, George y Mark Johnson. *Metáforas de la vida cotidiana*. Madrid: Editorial Cátedra, 1986.
- Langer, John. *La televisión sensacionalista. El periodismo popular y las «otras noticias»*. Barcelona: Editorial Paidós, 2000.
- Liebler, Carol M. y Jacob Bendix. "Old-growth forests on network news: news sources and the framing of an environmental controversy", *Journalism and Mass Communication Research*, 73(1), 1996, 53-65.
- McQuail, Dennis. *Introducción a la teoría de la comunicación de masas* (3ra. Edición revisada y ampliada). Barcelona: Editorial Paidós, 2000.
- Martínez Nicolás, Manuel Antonio. "La construcción del discurso del sida en la información periodística: Análisis del discurso informativo sobre el SIDA en Cambio 16, Tiempo de Hoy e Interviú (1982-1992)". *Tesis doctoral* presentada en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona, 1994.
- Marshall, Tony. "Trouble at t'Millpond-Farmworkers in the media". En: Peter Beharrel y Greg Philo (eds.). *Trade and the media*. Londres: MacMillan Press, 1977, 50-59.
- Pride, Richard A. "How activists and media frame social problems: critical events versus performance trends for schools", *Political Communication*, 12(1), 1995, 5-26.
- Rada, Stephen E. "Manipulating the media: a case study of a Chicano strike in Texas", *Journalism Quarterly*, 54(1), 1977, 109-113.
- Rodríguez Molina, María Elena. "Prensa y política en Costa Rica: acercamiento al pacto Figueres-Calderón", *Revista de Ciencias Sociales*, 81, 1998, 37-54.
- Ryan, Michael and Dorothea Owen. "A content analysis of metropolitan newspaper coverage of social issues", *Journalism Quarterly*, 153(4), 1976, 634-640 y 671.
- Shoemaker, Pamela; Tsan-Kuo-Chang y Nancy Bredlinger. "Deviance as predictor of newsworthiness: coverage of international events in the US media". En: Margaret L. McLaughlin (ed.). *Communication Yearbook*, Vol. 10. Beverly Hills: Sage, 1987, 348-365.
- Snow, David A.; E. Burke Rochford J.R.; Steven K. Worden y Robert D. Benford. "Frame alignment processes, micromobilization, and movement participation", *American Sociological Review*, 51, 1986, 464-481.
- Steele, Janet E. "Don't ask, don't tell, don't explain: unofficial sources and television coverage of the dispute over gays in the military", *Political Communication*, 14(1), 1997, 83-96.
- Takeshita, Toshio. "Exploring the media's roles in defining reality: From issue-agenda setting to attribute-agenda setting". En: McCombs, Maxwell; Donald L. Shaw y David Weaver, (eds.). *Communication and democracy. Exploring the intellectual frontiers in agenda-setting theory*, Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 1997, 15-27.
- Terkildsen, Nayda y Frauke Schnell. "How media frames move public opinion: an analysis of the women's movement", *Political Research Quarterly*, 50(4), 1997, 879-900.
- Terkildsen, Nayda; Frauke I. Schnell y Cristina Ling. "Interest groups, the media, and policy debate formation: an analysis of message structure, rhetoric and source cues", *Political Communication*, 15, 1998, 45-61.
- Trumbo, Craig. "Constructing climate change: claims and frames in US news coverage of

- an environmental issue”, *The Public Understanding of Science*, 5(3), 1996, 269-283.
- Tuchman, Gaye. *La producción de la noticia. Un estudio sobre la construcción de la realidad*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 1983.
- Van Zoonen, Elisabeth A. “The women’s movement and the media: constructing a public identity”, *European Journal of Communication*, 7(4), 1992, 453-76.
- Verón, Eliseo. *La semiosis social*. Barcelona: Editorial Gedisa, 1987.
- Voloshinov, Valentin N./Mijaíl Bajtín. *El marxismo y la filosofía del lenguaje*. Madrid: Alianza Editorial, 1992.
- Walsh, Geoff. “Trade unions and the media”, *International Labour Review*, 127(2), 1988, 205-220.
- White, David Manning. “The «gatekeeper: a case study in the selection of news”. En: Lewis Anthony Dexter y David Manning Whiter (eds.). *People, society and mass communications*. New York: The Free Press, 1964, 160-172.
- Wolf, Mauro. *Sociologías de la vida cotidiana*. Madrid: Cátedra, 1988.
- Wolfsfeld, Gadi. “Media, protest, and political violence: a transactional analysis”, *Journalism Monographs*, 127, 1991, 1-61.
- Yagade, Aileen y David M. Dozier. “The media agenda-setting effect of concrete versus abstract issues”, *Journalism Quarterly*, 67(1), 1990, 3-10.

Dorde Cuwardic García
 acuardi@cariari.ucr.ac.cr
 dcwardic@yahoo.es