

El *frame-building*

Una herramienta de análisis para el tratamiento mediático de las políticas de medios

Frame-building

A tool to analyze media treatment of media policy

Frame-building

Una herramienta de análisis para el tratamiento mediático de políticas de medios

DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2022.17.2.3313>

► NADIA KOZINER

nadiakoziner@gmail.com - Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, Argentina.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2834-4799>

CÓMO CITAR: Koziner, N. (2022). El *frame-building*. Una herramienta de análisis para el tratamiento mediático de las políticas de medios. *InMediaciones de la Comunicación*, 17(2), 197-218. DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2022.17.2.3313>

Fecha de recepción: 20 de marzo de 2022

Fecha de aceptación: 3 de junio de 2022

RESUMEN

El artículo realiza una indagación conceptual acerca de la productividad del *Framing* como herramienta teórico-metodológica para estudiar los debates que se desarrollan en los medios de comunicación en torno a las medidas de política pública que los involucran. Para ello, se centra en la instancia productiva de la información y se posiciona en el paradigma crítico de este programa de investigación integral. En la fase de construcción de los encuadres noticiosos y de las políticas

públicas los diversos actores intervinientes –periodistas, instituciones mediáticas, hacedores de políticas y la sociedad civil– libran disputas de poder que dejan sus huellas en los textos, sean estos mediáticos o documentos de políticas. Finalmente, el hecho de que se trate de políticas dirigidas a los medios cuyas dinámicas se analizan plantea desafíos específicos, dado que estos actores políticos y económicos son capaces de emplear las coberturas y editoriales para promover sus encuadres y modelar la controversia pública sobre este tipo particular de políticas, a la vez que deben cultivar su legitimidad en el tratamiento de asuntos públicos. Por último, se propone un enfoque metodológico triangulado para aproximarse a la instancia de *frame-building* y a los textos que son producto de ese proceso.

PALABRAS CLAVE: *encuadre, frame-building, políticas de medios, paradigma crítico.*

ABSTRACT

This article attempts to conduct conceptual research about the productivity of Framing as a theoretical-methodological tool to study the debates that take place in the media around the public policy measures that involve them. To do this, it focuses on the productive instance of information and positions itself in the critical paradigm of this comprehensive research program. During the phase of construction of news frames and public policies, the various intervening

actors –journalist, media institutions, policy makers and civil society– engage in power disputes that leave their traces in the texts, whether they are media texts or policy documents. Finally, the fact that these are policies aimed at the media whose dynamics are analyzed poses specific challenges, given that these political and economic actors can use their coverage and editorials to promote their frames and shape public controversy over these policies while they must cultivate their legitimacy in dealing with public affairs. Finally, a triangulated methodological approach is proposed to study the instance of frame-building and the texts that are the product of this process.

KEYWORDS: *framing, frame building, media policies, critical paradigm.*

RESUMO

Este artigo busca investigar conceitualmente a produtividade do Framing como ferramenta teórico-metodológica para estudar os debates que ocorrem

na mídia em torno das medidas de políticas públicas que os envolvem. Para isso, concentra-se na instância produtiva da informação e se posiciona no paradigma crítico desse amplo programa de pesquisa. Na fase de construção dos *frames* noticiosos e das políticas públicas, os diversos atores intervenientes –jornalistas, instituições midiáticas, formuladores de políticas e sociedade civil– travam disputas de poder que deixam seus rastros nos textos, sejam eles textos midiáticos ou documentos de políticas. Por fim, o fato de serem políticas voltadas para a mídia cuja dinâmica é analisada traz desafios específicos, uma vez que esses atores políticos e econômicos são capazes de usar sua cobertura e editoriais para promover seus enquadramentos e moldar a controvérsia pública sobre esse tipo específico de políticas enquanto eles devem cultivar sua legitimidade ao lidar com assuntos públicos. Por fim, propõe-se uma abordagem metodológica triangulada para estudar a instância da construção de quadros e os textos que são produto desse processo.

PALAVRAS-CHAVE: *enquadramento, construção de quadros, políticas de mídia, paradigma crítico.*

1. INTRODUCCIÓN

Los debates en torno a las políticas públicas en general y a las políticas de medios en particular no suelen ser únicamente –a veces, incluso, no lo son en absoluto–, discusiones acerca de los objetivos que estas deben trazarse para resolver problemas y cuáles son los modos más adecuados para alcanzarlos. Por el contrario, las disputas se libran por definir cuál es exactamente el problema (Löblich, 2019). Así, el aporte que el *Framing* puede hacer a los estudios de políticas consiste en identificar qué definiciones de problemas compiten entre sí y quiénes son los actores que las promueven. En ese contexto, este artículo lleva adelante una indagación conceptual acerca de la productividad del *Framing* como herramienta teórico-metodológica para estudiar los debates que se desarrollan en los medios de comunicación en torno a las medidas de política pública que los involucran.

Para comenzar, es preciso apuntar tres tipos de preocupaciones que orientan el trabajo: la primera, se centra en la instancia productiva de la información. Concretamente, en la interacción entre los actores de la política, del poder económico y de los medios –y las huellas que esta deja en los textos–. Ello implica tener en cuenta que algunos actores se despliegan su poder en más de una de estas esferas a la vez. Por caso, algunos medios son, además, actores económicamente poderosos. Desde ese punto de vista, los encuadres mediáticos son el producto –o la variable dependiente– de las tensiones más o menos explícitas entre estos actores. Así, la identificación de los encuadres que predominan en las discusiones acerca de los asuntos públicos es tan importante como el contexto económico, político y social en el cual estos nacen y se desarrollan.

En segundo término, la propuesta analítica que aquí se desarrolla se posiciona en el paradigma crítico del *Framing*, entendido como un programa integral para el estudio de las comunicaciones mediáticas (Koziner, 2015). Este paradigma atiende especialmente al contexto en el cual los encuadres tienen origen: las relaciones de poder entre actores con diverso peso que pugnan por instalar una definición de la situación. En última instancia, los *frames* que los periodistas plasman en los textos son “patrones persistentes de cognición, interpretación y presentación, de selección, énfasis y exclusión por medio de los cuales, quienes manejan los símbolos, organizan rutinariamente el discurso, verbal o visual” (Gitlin, 2003, p. 7) y son tributarios a los intereses de las *élites*. Por eso, desempeñan un papel importante en la reproducción de la hegemonía (Gitlin, 2003).

Finalmente, la mirada conceptual de este trabajo está inspirada en un tipo particular de políticas públicas: las políticas de medios. Es decir, aquellas orientadas a organizar la estructura, la conducta y el rendimiento de los sistemas de medios. La definición toma en cuenta tanto el proceso de formulación de reglas a partir de las disputas entre actores con intereses contradictorios, cuanto su implementación y resultados (Freedman, 2008; Van den Bulck et al., 2019). Los

frames modelados y difundidos a través de los medios son capaces de ejercer presión pública sobre el proceso de elaboración de las políticas públicas, a diferencia de aquellos que circulan únicamente entre grupos de expertos (Löblich, 2019). Ello les otorga a los actores mediáticos una cuota de poder insoslayable.

El artículo se organiza como sigue: en primer lugar, se conceptualiza el paradigma crítico de investigaciones sobre el *Framing* y se lo distingue de los otros dos que se desarrollan y con los que convive en un mismo programa de investigación: el paradigma constructivista y el cognitivo. En segundo lugar, se definen los rasgos centrales de la elaboración de los encuadres como una de las instancias del proceso integral de comunicación, así como los actores que intervienen de la disputa por instalar sus propias definiciones de la situación e influir en las interpretaciones generales del asunto y en los modos de resolverlo. Luego, se detallan algunas particularidades que es preciso tomar en cuenta para el estudio de los encuadres en disputa en torno a las políticas de medios. Se esbozan, además, algunas posibilidades de abordaje metodológico para aproximarse a este fenómeno. Finalmente, se sistematizan las conclusiones del trabajo.

2. EL PARADIGMA CRÍTICO Y EL PODER DE LAS ÉLITES

En tanto perspectiva propia de la comunicación política, el *Framing* ha sido definido como un programa de investigación multiparadigmático e integral (Koziner, 2015; Marín Albaladejo & Zamora Medina, 2014). Ello es así por su capacidad de estudiar e integrar, desde miradas conceptuales variadas e incluso contradictorias entre sí, las distintas instancias del proceso de la comunicación mediática: la fase productiva de la información, las noticias, su recepción y la cultura política que conecta a esas fases y les da sentido. “La diversidad teórica y paradigmática ha conducido a una visión comprensiva del proceso de encuadre, no a descubrimientos fragmentados en agendas de investigación aisladas” (D’Angelo, 2002, p. 871). En efecto, los paradigmas cognitivo, crítico y constructivista que sustentan las corrientes de investigación en comunicación han alimentado los conocimientos de todas las etapas del proceso de encuadre.

Ahora bien, cada paradigma –las preocupaciones que los sostiene y los aportes conceptuales que hacen– parece articularse mejor con una de las instancias del proceso comunicacional. El interés central del paradigma cognitivo consiste en identificar los modos en los cuales los *frames* mediáticos dialogan con los esquemas mentales –sus creencias personales, emociones, conocimientos y experiencias previas– de los individuos que se exponen a ellos e influyen, así, tanto en sus interpretaciones acerca de los asuntos públicos cuanto en las decisiones que toman en función de dichas interpretaciones (Price, Tewksbury & Powers, 1997). Desde este punto de vista, los encuadres de las noticias son variables independientes que, al entrar en negociación con los esquemas interpretativos individuales, generan algún tipo de influencia sobre ellos. Este

paradigma podría también denominarse “psicologista” por su interés en el proceso cognitivo que se produce en “la fase de interpretación de la información” (Amadeo, 2008, p. 11).

El paradigma constructivista pone el acento en los rasgos dinámicos e interactivos del proceso de encuadre por cuanto considera a los *frames* de los medios paquetes de recursos simbólicos o “colecciones de herramientas” (D’Angelo, 2002, p. 877) presentes en los textos a través de imágenes y significados que forman parte, ante todo, de la memoria colectiva de una comunidad (Gamson & Modigliani, 1987; Neuman, Just & Crigler, 1992). Los *frames* están arraigados en las convenciones culturales y en las tradiciones narrativas que quedan plasmadas en las noticias (Van Gorp, 2007) y construyen interpretaciones más o menos estables de los asuntos públicos (Reese, 2007). Aquí interesa menos el nivel individual que la dimensión social y cultural del proceso de encuadre, el cual se concibe como una “macroconstrucción” (Scheufele & Tewksbury, 2007, p. 12) que vincula a periodistas y comunicadores con sus audiencias a partir de la interpelación a valores comunes.

Desde la perspectiva del paradigma crítico, el foco está puesto, fundamentalmente, en las relaciones de poder que atraviesan el proceso de encuadre, dejan sus huellas en los textos y tienen consecuencias en las definiciones de la situación que circulan socialmente (Koziner, 2015). En efecto, los encuadres que los periodistas dejan plasmados en los textos son el resultado de múltiples tensiones. En palabras de Entman (1993), son la huella del poder, pues registran “la identidad de los actores o de los intereses que compiten por dominar el texto” (p. 55). Por ello, representan los intereses de aquellos actores con capacidad de instalar como concepciones compartidas un conjunto de visiones particulares del mundo. No obstante, no se trata necesariamente de un proceso deliberado en el cual periodistas y elites políticas y económicas tejen elucubraciones para manipular las opiniones públicas en defensa de sus intereses (Koziner, 2015). Tal como lo desarrolló Tuchman (1983), las propias rutinas profesionales de los periodistas, que se sustentan en un conjunto de mecanismos institucionales relativamente estables y son presentadas como procedimientos “objetivos” que garantizan la calidad de la información que se produce, contribuyen a legitimar el *statu quo*.

De igual modo, el modelo de periodismo profesional neutral que predomina en las democracias occidentales (Hallin & Mancini, 2008) refuerza el poder de las elites en la construcción de la realidad social. En busca del ideal de objetividad como un conjunto de procedimientos estratégicos (Tuchman, 1999), los medios deben dar cuenta de cuáles son los actores y mensajes relevantes en el ámbito político y volver transparentes los procesos para el común de la ciudadanía. Así, se espera que los periodistas se desempeñen como observadores imparciales que difunden información relevante para la vida democrática. Esta norma institucional supone que los medios de comunicación funcionan

—o deberían hacerlo— como un espejo de la realidad política (McQuail, 1998) y, por ello, abordan los encuadres de modo proporcional al nivel en que son promovidos en la esfera política. Hänggli (2012) denomina a esta idea “hipótesis de la prominencia” (p. 303). De acuerdo con la autora, la prominencia de un encuadre en las discusiones políticas no es crucial para que este cobre presencia en los medios porque aun cuando las organizaciones políticas débiles hagan un gran esfuerzo, sus encuadres suelen estar ausentes en el debate mediático. Este fenómeno deja al descubierto la improductividad de la metáfora del espejo para comprender las noticias. Muy por el contrario, los encuadres que subyacen en el discurso periodístico son una representación simbólica de los hechos que narra. Dicha representación se lleva a cabo mediante una serie de mecanismos tales como los géneros, las rutinas profesionales, las características del periodista o la cultura organizacional (Sadaba, 2006).

Entre los procedimientos institucionales propios de las rutinas productivas de la noticia, la consulta a fuentes de información es un paso imprescindible. La calidad de un medio se evalúa, en buena medida, a través de las fuentes utilizadas para narrar los acontecimientos noticiosos (de Fontcuberta & Borrat, 2006). Sin embargo, no todas las fuentes tienen la misma importancia ni reciben el mismo tratamiento por parte de medios y periodistas. Así, en el análisis del tratamiento mediático de debates en torno a una política pública cabe preguntarse ¿Qué actores reciben atención por parte de los periodistas? ¿En qué circunstancias? ¿Qué tipos de encuadres promueven? ¿Qué intereses se corresponden con ellos? ¿Qué capacidad tienen los diversos actores de instalar en los medios los encuadres que promueven? Las respuestas a estas preguntas permiten desmenuzar las tramas de poder que se tejen en el proceso productivo.

Justamente, un factor determinante para que determinado encuadre obtenga visibilidad mediática está dado, desde la perspectiva crítica, por el grado de poder político y económico que detentan las organizaciones que lo promueven (Gans, 2004; Hänggli, 2012). En sintonía con esta idea, Bennett (1990) formuló la hipótesis del *indexing*, según la cual los periodistas seleccionan determinadas noticias y puntos de vista para narrarlas en estrecha relación con el balance de poder que afectará los resultados de una medida de política pública. En otras palabras, recogen principalmente los enfoques expresados en los debates gubernamentales sobre el asunto y los desarrollan a partir de fórmulas narrativas preestablecidas: “Incluso en las coberturas noticiosas rutinarias (...) los periodistas cuentan historias acerca de los personajes involucrados en las disputas de poder y si estos parecen ir ganando o perdiendo la batalla” (Bennett, 2012, p. 38). En consecuencia, es menos probable que los periodistas aborden los encuadres de los actores débiles.

Por lo general, los marcos interpretativos que obtienen mayor visibilidad son aquellos promovidos por los actores políticamente prominentes. Hänggli

(2012) denomina a esto la “hipótesis del sesgo de poder” (p. 302). Según la misma autora, el poder se mide a nivel organizacional, más que personal, y se ejerce tanto en primer plano como en el segundo. “Las organizaciones que son influyentes tras bambalinas no necesariamente son conocidas en público. A veces son aun más influyentes porque permanecen de incógnito para el público” (p. 303). De esta idea se desprende que no siempre las definiciones de la situación que predominan en las coberturas de los medios se adjudican explícitamente a los actores que las impulsan. Por el contrario, muchas veces el mayor poder de ciertos actores radica en la capacidad de instalar una determinada definición del problema como una interpretación socialmente generalizada y dejar implícitos los intereses particulares de quienes la promueven.

3. LA CONSTRUCCIÓN DE LOS ENCUADRES MEDIÁTICOS

Aun cuando la perspectiva crítica pone el foco en las disputas de poder que atraviesan el proceso de encuadre y quedan cristalizadas de modo más o menos estable en las definiciones de la situación que estructuran el mundo social de modo significativo (Reese, 2007), no se lo concibe un proceso lineal, mecánico ni unidireccional. Por el contrario, es dinámico e interactivo, pues los *frames* que ciertos actores promueven circulan en la incesante interacción entre los sujetos y su consolidación depende de la capacidad que tengan para lograr algún nivel de reconocimiento social.

El *framing* alude al proceso activo de creación, selección y moldeado de los *frames* y se relaciona directamente con los modos en que los intereses, los comunicadores, las fuentes y la cultura se combinan a través de recursos simbólicos verbales y visuales variados para producir formas coherentes de comprender el mundo (Reese, 2007). Los *frames*, en cambio, son el resultado de dicho proceso.

Los actores estratégicos, los periodistas y las audiencias no se limitan a transportar las realidades políticas y sociales. En cambio, la política, los temas y los eventos están sujetos a diferentes patrones de selección e interpretación. Estas interpretaciones se negocian, cuestionan y modifican con el tiempo. Los encuadres son puntos de vista selectivos y particulares sobre los problemas que construyen la realidad de cierta manera y conducen a diferentes evaluaciones y recomendaciones (Entman, 2004; Matthes, 2012). En este sentido, se comprende a los *frames* como paquetes de recursos simbólicos o “colecciones de herramientas” (D’Angelo, 2002, p. 877) para la interpretación de los asuntos públicos. Como parte de las rutinas de elaboración de las noticias, los periodistas acuden a estas herramientas, lo cual le otorga fluidez a la tarea. Desde el punto de vista de Bennett (2012), “ya sea que el tema de la noticia sea un conflicto de políticas, un desastre natural o una elección que puede girar en torno a tales cosas, las noticias tienden a mostrar ciertas características narrativas: formas narrativas comunes” (p. 38).

La fase productiva de las noticias o *frame building* constituye una instancia del proceso integral de encuadre y un área de investigación relativamente poco explorada (Brüggemann, 2014; Carragee & Roefs, 2004; Scheufele, 2006). Varios investigadores han examinado los tipos de factores que impactan en los contenidos noticiosos (Gans, 2004; Gitlin, 2003; Shoemaker & Reese, 1996). El análisis de las prácticas de encuadre periodístico apunta concretamente a identificar qué hacen los periodistas cuando crean textos mediáticos que relatan ciertos acontecimientos, incluyen determinados enfoques y descartan otros. De acuerdo con Brüggemann (2014), la labor oscila permanentemente entre dos extremos: la “configuración de encuadres” (*frame building*) y la “transmisión de encuadres” (*frame sending*)¹ (p. 64). En el primer caso, los periodistas encuadran su cobertura predominantemente de acuerdo con sus interpretaciones personales del acontecimiento noticioso. Desde este punto de vista, los periodistas no son solo capaces de influir en los asuntos de discusión pública informando acerca de determinados asuntos. Muchas veces, pueden definir incluso qué es un asunto (y, por ende, qué no lo es). En la transmisión de encuadres, en cambio, se limitan a reproducir los *frames* promovidos por los actores públicos.

En términos empíricos, suele ocurrir una combinación de ambas modalidades en la construcción de las noticias. Es poco probable que se produzca una transmisión pura de encuadres, dado que –como se dijo más arriba– el proceso de producción periodística implica constitutivamente un conjunto de operaciones de selección e interpretación. Incluso aquel periodismo que se presenta a sí mismo como imparcial contribuye inevitablemente con la definición de la situación y, en última instancia, con la construcción social de la realidad (Fishman, 1983; Tuchman, 1983). En este sentido, la necesidad de acudir a estructuras cognitivamente disponibles y accesibles es propia de la elaboración de la información (Brüggemann, 2014; Chong & Druckman, 2007). Por eso, en los productos periodísticos es posible vislumbrar las huellas de los encuadres de sus autores.

Los discursos periodísticos no pueden pensarse tampoco como el resultado de la toma de decisiones individuales de los periodistas aisladamente, capaces de configurar encuadres por fuera del contexto en el que desarrollan su labor. Por el contrario, las noticias son el resultado de un proceso de construcción de sentido colectivo dentro y fuera de las instituciones periodísticas y de una negociación de significados más o menos tensa entre los periodistas y sus fuentes (Brüggemann, 2014; Gans, 2004).

Entre uno y otro extremo del encuadre periodístico, Brüggemann (2014) sitúa una tercera categoría, que el autor parece reconocer como la más deseable:

¹ Los términos están inspirados en la propuesta de Semetko y Canel (1997), quienes distinguen entre “establecedores de agenda” (*agenda setters*) y “emisores de agenda” (*agenda senders*). Mientras el primer concepto alude a la práctica periodística de establecer activamente la agenda de los medios, el segundo refiere a que los periodistas se hacen eco y reproducen el menú de temas proporcionado por los actores políticos.

aquella práctica que consiste en reproducir los encuadres de promoción (*advocacyframes*) (De Vreese, 2012) de los diferentes actores y ponerlos en contexto, proporcionando a las audiencias indicios respecto de cuáles considera más apropiados para definir la situación. Así, “el encuadre periodístico suele ser más sutil” (de Vreese, 2012, p. 367). Su actuación puede observarse, más bien, en cómo presenta los encuadres de promoción; cómo los exagera o descuida, en lugar de confrontar abiertamente con ellos.

De estas prácticas de encuadre se derivan, de acuerdo con Brüggemann (2014), tres tipos de prácticas de *framing* y, en última instancia, tres formas de ejercer el periodismo. En el primer caso, el periodista encuadra los acontecimientos en directa y explícita consonancia con sus propios puntos de vista. En consecuencia, los relatos que ofrece están en buena medida modulados por sus interpretaciones del asunto. En el segundo caso, el periodista acude a diferentes modos de encuadrar un asunto, algunos en sintonía con su enfoque y otros en conflicto. Finalmente, pone en contexto los encuadres dejando entrever cuál es su propia definición de la situación y poniendo en discusión aquella con la cual no concuerda. Ese sería el camino intermedio entre la configuración y la transmisión de encuadres. Finalmente, el último tipo se limita a reproducir los encuadres promovidos por los diferentes actores, comportándose como un canal de distribución y eludiendo las pistas acerca de qué encuadres considera más adecuados para definir una situación. Ese pretendido equilibrio de encuadres conlleva un sesgo informativo, por cuanto les otorga igual importancia a todos los marcos interpretativos, incluso cuando algunos sean socialmente marginales o resulten perniciosos en términos de las conductas sociales que promueven. Los ejemplos más claros al respecto provienen del periodismo científico (Boykoff & Boykoff, 2004).

Un análisis del proceso productivo de los encuadres que se centre únicamente en la labor periodística resulta incompleto, pues corre el riesgo de subestimar el rol que las élites políticas y los comunicadores estratégicos desempeñan al impulsar determinados marcos interpretativos (Matthes, 2012) en las contiendas políticas. En efecto, los actores políticos promueven sus propias definiciones de la situación a partir de un conjunto de decisiones estratégicas (Hänggli & Kriesi, 2012) que modelan las relaciones que tejen con los periodistas y los medios.

Hänggli y Kriesi (2012) identifican tres tipos de elección por parte de los promotores de encuadre: la “decisión de énfasis sustantivo”, la “decisión de énfasis oposicional” y la “decisión de énfasis de competencia” (p. 260). La primera apunta a la configuración de encuadres capaces de dirigir la atención de los medios y del público hacia su propia causa y alejarla, a la vez, de la causa de sus oponentes. Para eso, es preciso que el encuadre sea potente; es decir, que sea capaz de provocar una reacción defensiva en los actores rivales o una fuerte resonancia en los medios y en las audiencias.

En efecto, la fuerza relativa de un encuadre en un contexto determinado se apoya en dos conjuntos de factores: la credibilidad de su fuente y su congruencia con temas culturales centrales (Chong & Druckman, 2007). Con respecto al primer factor, ciertos actores acumulan legitimidad para expresarse en torno a determinados asuntos en función de la reputación que han desarrollado para la elaboración de políticas sobre el tema específico, así como por la evidencia histórica de las actividades que desempeñadas en relación con él. Tal como lo expresa la teoría de la propiedad de los temas (*issue ownership*), ello otorga una ventaja comparativa para incidir en el curso de desarrollo de los debates públicos sobre esos temas. En otras palabras, la reputación que ciertas organizaciones o partidos políticos hayan cultivado sobre temas específicos las colocará en ventaja cuando ese tema en particular cobre relevancia en la discusión pública (Meijer & Kleinnijenhuis, 2006).

En relación con la congruencia cultural, la mayor efectividad de un *frame radica* en su capacidad de convocar un conjunto creencias, estereotipos, valores y normas que son compartidos en la memoria colectiva de un grupo o sociedad (Van Gorp, 2007). Por ello, cuanto mayor ambigüedad rodea a un asunto, mayores son las dificultades para encuadrarlo exitosamente, pues la cultura suele bloquear la difusión de encuadres incongruentes con los esquemas hegemónicos (Entman, 2004). De acuerdo con Entman, encuadrar significa definir ciertas situaciones como problemáticas, identificar sus causas, emitir un juicio moral y promover remedios para resolverla. Cuando el encuadre predominante de un mensaje coincide con los esquemas de los públicos, las palabras y las imágenes que expresa resultan notables, fácilmente comprensibles, recordables y emocionalmente resonantes. La presencia de al menos dos de las funciones básicas de los encuadres es necesaria para que la cobertura de eventos, temas y actores políticos tenga resonancia cultural. La primera es la definición de la situación y la segunda, la prescripción de soluciones para el problema descrito (Entman, 2004). Ello porque la definición del problema es capaz de activar los otros dos componentes del encuadre (las causas y el juicio moral), que pueden permanecer implícitos (Aruguete, 2021).

En cuanto a la decisión de énfasis oposicional, los actores políticos deben escoger el caudal de atención que prestarán a los encuadres sustantivos del oponente en comparación con sus propios encuadres y si se referirán a ellos de manera ofensiva o defensiva. Por lo general, los actores políticos hablan de los temas sobre los cuales perciben que tienen una ventaja relativa. Por eso, muchas veces las disputas entre ellos se apoyan en marcos interpretativos diferentes. Sin embargo, puede ocurrir que tengan algún tipo de incentivo para abordar, también, el encuadre del oponente cuando perciben que este es exitoso o anticipan que lo será (Hänggli & Kriesi, 2012).

Por último, la decisión de énfasis de competencia se refiere la prioridad que los actores políticos le otorgarán a sus propios encuadres sustantivos en

relación con aquel que domina el debate. Aquí, se distinguen los encuadres de competencia de los sustantivos. Los primeros no abordan los temas en juego, sino que se centran en los actores involucrados o en la contienda en sí misma. En tanto, los sustantivos se centran en los argumentos específicos del debate. Se espera que los actores políticos apunten a priorizar sus encuadres sustantivos por sobre la pelea. No obstante, el encuadre de competencia está constitutivamente centrado en el conflicto y, por ello, tiene mejor acogida en la gramática productiva de los medios de comunicación.

Si bien los conjuntos de decisiones mencionadas no agotan las posibilidades, Hänggli y Kriesi (2012) sugieren que todos los actores involucrados en el encuadre estratégico se enfrentan implícita o explícitamente con distintas opciones. En ese marco, el diálogo entre estos actores y los periodistas es modelado por las dinámicas productivas de los medios de comunicación. Los medios y los actores del ámbito político se necesitan mutuamente. Los primeros requieren información; los segundos, visibilidad y crédito (Koziner, 2018) para construir su legitimidad pública. En ese intercambio, “la noticia concierne al evento, no a la condición subyacente; a la persona, no al grupo; al conflicto, no al consenso; al hecho que hace ‘avanzar la nota’, no al que la explica” (Gitlin, 1986, p. 295), razón por la cual las decisiones de énfasis oposicional y las narrativas mediáticas tienden a retroalimentarse.

Con el foco puesto en las relaciones entre gobiernos y medios de comunicación (Aruguete, 2021), Entman (2004) postuló el modelo de *activación en cascada*. La propuesta analiza la activación y propagación de los encuadres en un sistema comunicacional jerárquico. Estos son impulsados por los gobiernos, se vinculan con las élites no administrativas, permean los medios y sus noticias e interactúan, finalmente, con los esquemas de percepción de los públicos. La potencia explicativa de la cascada reside en la desigual capacidad que los distintos actores tienen de propagar sus propios encuadres. En ese contexto, el investigador norteamericano se pregunta si las interpretaciones alternativas que emergen desde el nivel inferior de la pirámide logran cobrar la fuerza suficiente como para llegar a los hacedores de políticas y desafiar el encuadre gubernamental, o si, en cambio, este último tiene la capacidad de llegar a la base social sin haber sido alterado.

Ahora bien, para crear un contra encuadre que desafíe el marco interpretativo propuesto por un gobierno, los actores (medios tradicionales y élites no administrativas) requieren ejercer un poder suficiente como para bloquear ciertos contenidos en el proceso de circulación hacia la percepción pública. Sin embargo, ello no es suficiente para lograr instalar el contra encuadre con éxito. “Es imprescindible promover palabras e imágenes notables, relevantes y culturalmente resonantes, que logren cubrir las funciones del *frame* propuestas por Entman; sólo así serán internalizadas como una alternativa coherente al marco que cuestionan” (Aruguete, 2021, p. 5).

4. LAS POLÍTICAS DE MEDIOS EN DISPUTA

Las políticas de medios no suelen recibir la misma atención que otros rubros. Sin embargo, se trata de un área de políticas crucial para las sociedades contemporáneas, por cuanto se vincula directamente con la información y la producción de bienes y servicios culturales, así como con la circulación de significados que una comunidad crea para pensarse a sí misma.

Algunas de las peculiaridades de las políticas de medios se vinculan con los medios como tema, otras con la naturaleza particular de sus políticas (Van der Bulck et al., 2019). La primera y más importante refiere a la posición central que estos ocupan en la vida cotidiana de las personas. Esto incluye a los actores que producen y distribuyen noticias y entretenimiento, así como a los denominados intermediarios, tales como motores de búsqueda y redes sociales, que desempeñan un rol cada vez más relevante en la curación de contenido y, por lo tanto, en la organización de los temas, actores, puntos de vista y discursos que circulan socialmente (Napoli & Caplan, 2017).

En el plano económico, los medios son similares y diferentes de otras industrias. Las dinámicas propias de la producción de los medios hacen que estos tiendan hacia economías de escala y de gama para compensar la imprevisibilidad de los gustos del público y la necesidad de innovación constante (Freedman, 2008), lo cual conduce a una mayor concentración de la propiedad. No obstante, se distinguen de otras producciones de mercancías en que los bienes que crean son centrales para la configuración de una esfera pública en las sociedades democráticas. Ello establece el valor de uso sociocultural y político que las caracteriza (Van den Bulck et al., 2019).

Las políticas de medios se destacan también por el rol que estos actores –como objeto de las políticas (*policies*)– desempeñan en su formulación, al incidir en las relaciones de poder y en el proceso político (*politics*) que las rodea². El hecho de que se vean afectados por la regulación invita a pensar las implicancias que ello tiene en el tratamiento periodístico de las políticas de medios (Ali & Puppis, 2018). Ello porque la posición privilegiada que ocupan les permite actuar como *gatekeepers* en relación con los temas que los afectan.

Las políticas de medios, como tipo particular de políticas, refieren al desarrollo de objetivos y normas para el diseño de instrumentos destinados a modelar la estructura y el comportamiento de los sistemas de medios (Mastrini, 2014). La política de medios –en singular– denota que el concepto funciona, en el mejor de los casos, como un gran paraguas que abarca una enorme variedad de discursos y métodos y, en el peor de ellos, como un modo ambiguo y engañoso de ordenar un ambiente heterogéneo y multidimensional. Así, resulta

² Se incluyen los términos en inglés entre paréntesis, dado que ambos se traducen al castellano como “políticas”. No obstante, sus significados son diferentes. Mientras las *policies* aluden a la acción pública específica de definición y puesta en marcha de políticas públicas, *politics* remite al “proceso de formulación e implementación de reglas, así como la lucha de poder entre varios actores con diferentes intereses e ideologías que tratan de influir en las decisiones políticas” (Van der Bulck et al., 2019, p. 6).

preferible referirse a las políticas –en plural– de medios, ya que el abordaje puede de acuerdo con las particularidades del medio considerado, aun en un contexto de convergencia entre medios masivos, telecomunicaciones e Internet.

La necesidad de diseñar políticas de medios obedece, según Freedman (2008), a tres razones esenciales: la importancia económica del sector, la relevancia social de su actividad como agentes de reproducción social y la necesidad de compensar las ineficiencias del mercado. La elaboración de este tipo de políticas públicas debe entenderse, de acuerdo con el autor, como un proceso signado por el conflicto de intereses políticos en competencia que pugnan, negocian o celebran acuerdos en su búsqueda por instalar sus propios valores y objetivos a partir de las posibilidades materiales del contexto tecnológico, institucional, económico y social. En ese proceso, los actores interesados implementan una serie de estrategias y mecanismos formales e informales de incidencia (McQuail, 2010).

En efecto, cuando son objeto de la regulación y, por lo tanto, partes interesadas, los medios masivos crean sus propios marcos interpretativos de la política de medios. Así, son capaces de emplear sus coberturas y editoriales para promover sus encuadres y modelar la controversia pública sobre este tipo particular de políticas públicas, influyendo en la interpretación general del asunto y en el menú de opciones disponibles para resolver aquella situación definida como problemática. Por esa razón, quienes investigan el *Framing* deben considerar las especificidades que reviste el tratamiento mediático de estos asuntos –a diferencia de las controversias en torno a las políticas públicas dirigidas a otros sectores–, además de tomar en cuenta otros foros públicos o semipúblicos que son escena de debate (Löblich, 2019).

De esa manera, la generación, cristalización y circulación de principios organizadores del sentido de las noticias –definidos como *frames*– no puede concebirse como un proceso independiente de las condiciones cambiantes que imponen el contexto y la diversidad de actores que participan de él. En cambio, se trata de procesos en los cuales intervienen aspectos de lo más variados que se traman de modo complejo y que incluyen a la disputa y a la controversia como elementos constitutivos (Koziner, 2017). El proceso político involucra al proceso noticioso y viceversa. Desde este punto de vista, los encuadres atraviesan el proceso político en su totalidad, dejan su huella en los documentos de políticas y en las noticias y dialogan con los públicos. Ahora bien, ¿cómo identificar los *frames*? ¿Qué formas adquieren? ¿Cómo se los rastrea?

Como todo proceso cognitivo, un diseño metodológico que apunte a la identificación y el análisis de encuadres debe ser sensible a las exigencias específicas del problema a abordar (Toulmin, 1972). En este sentido, la combinación de materiales y la triangulación de abordajes metodológicos se presentan como recursos productivos para la identificación y análisis de *frames* en contexto. El enfoque que aquí se propone apunta, en última instancia, a iluminar

la vinculación entre la formulación de políticas de medios y las organizaciones de medios. Para ello, es preciso considerar tanto los discursos políticos como los mediáticos (Ali & Puppis, 2018).

La selección de materiales a estudiar incluye los documentos de políticas de medios –reportes de foros de discusión, documentos institucionales, textos normativos–, así como el contenido de los medios de comunicación como vía de entrada para abordar el proceso de manera integral (Van Gorp, 2007). Para el abordaje de los primeros, Löblich (2019) propone identificar los puntos de vista de cada uno de los actores de la política en relación con la variedad de puntos de vista expresados en los documentos; mapear los ámbitos de debate de la formulación de políticas públicas y el rango de posiciones que quedan expresadas en cada uno, así como los vínculos entre ellas; finalmente, indagar las dinámicas e implicancias de los debates (Turrow citado en Löblich, 2019), lo cual apunta a establecer cómo la variedad de encuadres en disputa se expanden o contraen en el curso del debate y qué argumentos y dispositivos retóricos quedan ocultos en ese proceso.

Por su parte, para indagar en el tratamiento que los medios hacen de las políticas públicas dirigidas al sector en el cual se desarrollan, es preciso atender tanto a la instancia productiva de las noticias cuanto a sus contenidos, en los cuales se observa la recurrencia de elementos de encuadre (Entman, 2004). La primera involucra a los medios en tanto instituciones con intereses políticos y económicos específicos, a los periodistas que trabajan en ellos, quienes cargan con sus trayectorias, perspectivas y matrices personales, y a las fuentes de información a quienes los periodistas les otorgan crédito en la elaboración de las noticias (Koziner, 2018). Así, los marcos interpretativos emergen como construcciones organizacionales en las cuales intervienen múltiples factores.

En cuanto a las coberturas noticiosas, los encuadres son patrones latentes que organizan los discursos de manera persistente y extendida (Gitlin, 2003) y desempeñan cuatro funciones significativas: definir un problema, evaluarlo moralmente, identificar causas y/o adjudicar responsabilidades y, por último, recomendar algún tipo de tratamiento (Entman, 2004, 1993). Cada una de estas dimensiones está compuesta por distintos elementos que se combinan explícita o implícitamente en los textos (Koziner, 2021; Matthes & Kohring, 2008).

El carácter multiparadigmático e integral del *Framing* –entendido como un programa de investigación–, no solo habilita, sino que también requiere desde sus propias bases una triangulación metodológica (Mariño, 2009). Es decir, la combinación de distintas técnicas para la recolección y el análisis de los datos de acuerdo con las preguntas que orienten la investigación y los materiales que se aborden. La observación participante en las redacciones y las entrevistas más o menos ocasionales que se desprenden de ella o las entrevistas semiestructuradas (Wolf, 1987) resultan técnicas productivas para aproximarse a la complejidad de las rutinas de los periodistas, los factores institucionales que

operan en el proceso y los vínculos con las fuentes de información (Rosenberg & Koziner, 2021). Mientras la primera técnica aporta información acerca de los procesos rutinarios y del comportamiento institucional frente a acontecimientos que demandan una reconsideración de la política editorial (Arrueta, 2009), la segunda permite el intercambio interaccional del diálogo centrado en un tema, aunque con una estructura flexible. Tal como plantean Edwards y Holland (2013), “los significados y los entendimientos se crean en una interacción, que es efectivamente una coproducción, que implica la construcción o reconstrucción del conocimiento” (p. 3). Así, ambas técnicas permiten acceder “al modo en que los trabajadores de las noticias ven el mundo y hacen su trabajo” (Altheide, 1976, p. 9).

Los encuadres presentes en los textos mediáticos y en los documentos de políticas constituyen las huellas del proceso de *frame-building*. La identificación y análisis de esos encuadres también puede combinar aproximaciones cualitativas basadas en un enfoque inductivo –por caso, el análisis del discurso– con otras cuantitativas y apoyadas en un enfoque deductivo –como el análisis de contenido–. Las primeras apuntan a la emergencia de un mensaje común a los diferentes momentos de una narración (Mariño, 2009) y permiten observar las formas retóricas a partir de las cuales la posición de determinados actores va ganando aceptación en los medios poniéndolas en relación con su contexto (Löblich, 2019). Las segundas, en tanto, rastrean la recurrencia de determinados valores de un conjunto de variables (Igartua, 2006; Schweizer, 2019) y, a partir de ello, detectan la existencia de patrones persistentes en la definición del problema, sus causas, la evaluación moral y sus posibles soluciones.

Lo cierto es que, tanto en un tipo de abordaje como en el otro, los marcos interpretativos rara vez quedan expresados explícitamente, sino que aparecen de modo más sutil (Löblich, 2019) en el uso de ciertos términos, imágenes, metáforas y símbolos de variado tipo (Ferree et al., 2002). Estos pueden pensarse como “pistas” (Koziner, 2017, p. 206) distribuidas por todo el texto o a lo largo de varios textos, las cuales permiten reconstruir los encuadres completos del caso.

El análisis de las coberturas mediáticas aporta información clave en dos sentidos. En primer lugar, atendiendo al rol central que desempeñan los medios como formadores de opinión, modeladores de la experiencia social y partícipes del campo político (Koziner, 2017), permiten captar parte del discurso público sobre los problemas de los medios y las políticas de comunicación, factor relevante en el proceso de formulación de políticas. Desde luego, los resultados no deben confundirse con un “espejo” de la realidad, pues se trata de la realidad tal como es “construida” o “mediada” por los medios (Schweizer, 2019, p. 267). Segundo, la aplicación de esta técnica es capaz de obtener evidencia empírica que aporte a la formulación de políticas: no solo en términos de la calidad periodística, la diversidad de voces y el pluralismo informativo sino también por la

relación que permite establecer entre la estructura de los medios y su contenido (Schweizer, 2019), aspecto que suele darse por sentado en las investigaciones de economía política de la comunicación (Ali & Puppis, 2018). En otras palabras, el análisis del contenido de los medios colabora con la comprensión del papel crucial que estos juegan en la política de las políticas de los medios (Freedman, 2008), teniendo en cuenta –una vez más– que, lejos de proporcionar un escenario neutral para debatir aquellos asuntos que afectan su propio negocio, son actores políticos y económicos que influyen en el curso de los acontecimientos.

La etapa de procesamiento de los datos variados, recolectados de múltiples fuentes y a través de técnicas variadas es la que mayor creatividad reviste para la investigación, pues todas las instancias del estudio requieren de una lectura integral que ponga en diálogo los marcos que atraviesan la instancia productiva con las huellas que esta deja en los textos noticiosos. En el caso del análisis de contenido cuantitativo, es preciso acudir al análisis estadístico³, que permite determinar el modo en el que los elementos aparecen agrupados en los textos para dar lugar a los *frames* noticiosos (Koziner, 2021). No obstante, en última instancia los encuadres surgen de la interpretación subjetiva del investigador, quien está influido por una cultura particular, su lenguaje y su biografía (Löblich, 2019). Por esa razón, la validación intersubjetiva de herramientas y procedimientos es una estrategia útil para garantizar la validez y la confiabilidad del estudio a lo largo de todas las etapas. El intercambio permanente entre investigadores resulta sumamente necesario para evitar sesgos que limiten la investigación, enriquecer la interpretación y asegurar una mirada comprensiva del estudio de los encuadres.

5. A MODO DE CONCLUSIÓN

El artículo se propuso revisar las posibilidades analíticas del *Framing* para el estudio de los debates que se desarrollan en la instancia productiva de la información alrededor de las medidas de política pública que involucran al sector en el cual estos se desempeñan. Se trata de indagar las definiciones de la situación que logran instalarse como legítimas en un momento dado, cuáles son los actores que las promueven y qué implicancias tienen para el sistema de medios las soluciones propuestas por esos encuadres.

Desde el punto de vista del paradigma crítico, los encuadres que emergen de las propias rutinas de los profesionales de la información, la cultura organizacional que predomina la mayoría de los medios e, incluso, el modelo de periodismo profesional neutral característico de las democracias occidentales, contribuyen a legitimar el *statu quo*. Estos patrones operan en todas las fases de la comunicación: permiten a los periodistas procesar grandes cantidades

³ Una de las más utilizadas es el análisis de *clusters* o conglomerados (David et al., 2011; Koziner, 2021; Koziner, 2018; Matthes & Kohring, 2008).

de información de modo rápido y rutinario. Esto es, habilitan la identificación de un evento noticiable, su clasificación y su preparación como información para ser transmitida a las audiencias. De modo que, solo si se tienen en cuenta razones de organización del trabajo periodístico, los *frames* son ineludibles (Gitlin, 2003). Luego, se plasman en los textos mediante la creación de un “paquete” coherente que combina distintos símbolos y organiza los contenidos con diferentes grados de complejidad.

La relación con las fuentes de información, procedimiento institucional imprescindible en las rutinas productivas de las noticias, también está atravesada por los niveles de poder político y económico que detentan los actores. En efecto, los marcos interpretativos que obtienen mayor visibilidad son aquellos promovidos por los actores políticamente prominentes, aun –o, a veces, justamente por eso– cuando puedan permanecer tras bambalinas en las coberturas.

En ese contexto, la noción de activación en cascada (Entman, 2004) aporta un modelo para analizar el vínculo entre gobiernos y medios, y el poder que estos últimos pueden ejercer para bloquear ciertos contenidos hacia la percepción pública. Periodistas, organizaciones mediáticas, decisores políticos y organizaciones de la sociedad civil participan del proceso de construcción de encuadres noticiosos y son, a la vez, actores relevantes tanto en la construcción de encuadres cuanto en el diseño de políticas públicas de medios, aunque el rol que desempeñan en uno y otro proceso sea diferente.

Lo cierto es que los marcos interpretativos moldeados y difundidos por los medios masivos son capaces de ejercer presión pública sobre el proceso de elaboración de políticas en contraste con aquellos encuadres creados por expertos que suelen circular mayormente dentro de grupos de expertos (Löblich, 2019). Las instituciones mediáticas son a la vez miembros de las élites políticas que pugnan por instalar sus propios encuadres de las políticas de medios. Su cuota diferencial de poder radica, justamente, en su capacidad para modelar la controversia pública. En un contexto de progresiva concentración de la propiedad y centralización geográfica de la producción informativa, las definiciones de la situación que emerjan como predominantes corren el riesgo de resultar funcionales a los intereses del sector y dejar poco margen para los valores de interés público que deberían promover. Sin embargo, para que un marco interpretativo logre aceptación y circule socialmente debe ser congruente en términos culturales. Es decir, ser capaz de convocar un conjunto creencias, valores y normas compartidas por buena parte de una comunidad para que esta pueda reconocer esos encuadres como propios. La comprensión de estas dinámicas permite considerar aquellos aspectos que la formulación de contra encuadres debería contemplar: las decisiones de “énfasis sustantivo”, “énfasis oposicional” o “énfasis de competencia” (Hänggli & Kriesi, 2012). Los encuadres mediáticos son el producto –o la variable dependiente– de las tensiones más o menos explícitas entre los diversos agentes que interactúan en

la instancia productiva de las noticias y en el diseño de políticas de medios. Así, la identificación de los encuadres que predominan en las discusiones públicas acerca de los asuntos es tan importante como el contexto económico, político y social en el cual estos nacen y se desarrollan.

La indagación en estos procesos demanda un abordaje triangulado que combine aproximaciones cuantitativas y cualitativas para la recolección y análisis de los datos y acuda, a la vez, a la perspectiva de varios analistas. Ello permitirá validar la construcción de los encuadres de las políticas de medios que surjan de la investigación. El tipo de conocimiento interpretativo y situado que aporta esta clase de investigaciones resulta un insumo insoslayable para estudios posteriores capaces de relevar regularidades empíricas.

REFERENCIAS

- Ali, C., & Puppis, M. (2018). When the watchdog neither barks nor bites: Communication as a power resource in media policy and regulation. *Communication Theory*, 28(3), 270–291. DOI: <https://doi.org/10.1093/ct/qtx003>
- Altheide, D. (1976). *Creating reality: How TV News Distorts Events*. New York: Sage.
- Amadeo, B. (2008). Framing: Modelo para armar. In M. T. Baquerín de Riccitelli (Ed.), *Los medios ¿aliados o enemigos del público?* (pp. 183–281). Ciudad de México: EDUCA.
- Arrueta, C. (2009). *Rutinas de producción y calidad periodística en diarios de referencia dominante. El caso Jujuy, una provincia periférica argentina*. Tesis de Doctorado, Universidad Austral, Buenos Aires.
- Aruguete, N. (2021). Activación de encuadres en red. Un modelo para repensar la circulación de sentidos en el nuevo entorno mediático. *Profesional de La Información*, 30(2), 1-18.
- Bennett, W. L. (1990). Toward a Theory of Press-State Relations in the United States. *Journal of Communication*, 40(2), 103-127. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1990.tb02265.x>
- Bennett, W. L. (2012). *News. The Politics of Illusion*. London: Pearson Education, Inc.
- Boykoff, M. & Boykoff, J. (2004). Balance as bias: Global warming and the US prestige press. *Global Environmental Change*, 14(2), 125-136. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2003.10.001>
- Brüggemann, M. (2014). Between Frame Setting and Frame Sending: How Journalists Contribute to News Frames. *Communication Theory*, 24(1), 61-82. DOI: <https://doi.org/10.1111/comt.12027>
- Carragee, K. & Roefs, W. (2004). The Neglect of Power in Recent Framing. *International Communication Association*, June, 214-233.

- Chong, D. & Druckman, J. N. (2007). A Theory of Framing and Opinion Formation in Competitive Elite Environments. *Journal of Communication*, 57(1), 99-118. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00331.x>
- D'Angelo, P. (2002). News Framing as a Multiparadigmatic Research Program: A Response to Entman. *International Communication Association*, December, 870-888.
- David, C. C., Atun, J. M., Fille, E. & Monterola, C. (2011). Finding Frames: Comparing Two Methods of Frame Analysis. *Communication Methods and Measures*, 5(4), 329-351. DOI: <https://doi.org/10.1080/19312458.2011.624873>
- de Fontcuberta, M. & Borrat, H. (2006). *Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción*. Buenos Aires: La Crujía.
- de Vreese, C. H. (2012). New Avenues for Framing Research. *American Behavioral Scientist*, 56(3), 365-375. DOI: <https://doi.org/10.1177/0002764211426331>
- Edwards, R. & Holland, J. (2013). What is Qualitative Interviewing? In "What is?" *Research Methods Series*, 7(1). DOI: <https://doi.org/10.5040/9781472545244>
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Entman, R. M. (2004). *Projections of power: Framing news, public opinion, and US foreign policy*. Chicago: University of Chicago Press.
- Ferree, M. M., Gamson, W. A., Gerhards, J. & Rucht, D. (2002). *Shaping Abortion Discourse. Democracy and the Public Sphere in Germany and the United States*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Fishman, M. (1983). *La fabricación de la noticia*. Madrid: Tres Tiempos.
- Freedman, D. (2008). *The Politics of Media Policy*. Oxford: Polity Press.
- Gamson, W. A. & Modigliani, A. (1987). The changing culture of affirmative action. In R. G. Braungart & M. Braungart (Eds.), *Research in political sociology* (pp. 137-177). New York: JAI.
- Gans, H. J. (2004). *Deciding What's News: A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek, and Time*. Evanston: Northwestern University Press.
- Gitlin, T. (1986). Convertir a los movimientos de protesta en temas periodísticos. In D. A. Graber (Ed.), *El poder de los medios en la política* (pp. 289-302). Buenos Aires: Grupo Editor Latinoamericano.
- Gitlin, T. (2003). *The Whole World Is Watching Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left*. Berkeley: University of California Press.
- Hallin, D. & Mancini, P. (2008). *Sistemas mediáticos comparados*. Barcelona: Hacer.

- Hänggli, R. (2012). Key Factors in Frame Building: How Strategic Political Actors Shape News Media Coverage. *American Behavioral Scientist*, 56(3), 300-317. DOI: <https://doi.org/10.1177/0002764211426327>
- Hänggli, R. & Kriesi, H. (2012). Frame Construction and Frame Promotion (Strategic Framing Choices). *American Behavioral Scientist*, 56(3), 260-278. DOI: <https://doi.org/10.1177/0002764211426325>
- Igartua, J. J. (2006). El análisis de contenido. In *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación* (175-229). Barcelona: Bosch.
- Koziner, N. (2015). El Framing: un programa de investigación para el estudio de las comunicaciones mediáticas. *Animus. Revista Interamericana de Comunicação Midiática*, 14(28), 22-45. DOI: <https://doi.org/10.5902/21754977>
- Koziner, N. (2017). *La prensa económica y el debate sobre los medios. Análisis de la cobertura informativa del proceso de discusión de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en Ámbito Financiero y El Cronista Comercial (marzo-octubre de 2009)*. Tesis de Doctorado, Universidad Nacional de Quilmes, Argentina. Recuperado de: https://ridaa.unq.edu.ar/bitstream/handle/20.500.11807/836/TD_2017_koziner_009.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Koziner, N. (2018). Standing de las fuentes periodísticas en la política de medios argentina (2009 y 2016). *Cuadernos.Info*, 42, 101-118. DOI: <https://doi.org/https://doi.org/10.7764/cdi.42.1291>
- Koziner, N. (2021). ¿Interés público o interés publicado? La regulación de medios argentinos en la prensa económica. *Universitas. Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, 34, 155-176. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/journal/4761/476165932007/html/>
- Koziner, N. S. (2018). Encuadres noticiosos del conflicto judicial entre el gobierno argentino y el Grupo Clarín por la adecuación a la Ley de medios audiovisuales. *Revista Encuentros*, 16(02), 23-46. DOI: <https://doi.org/10.15665/encuent.v16i02.994>
- Löblich, M. (2019). Analyzing Talk and Text IV: Frame Analysis. In H. Van den Bulck, M. Puppis, K. Donders & L. Van Audenhove (Eds.), *The Palgrave Handbook of Methods for Media Policy Research* (pp. 419-433). London: Palgrave Macmillan.
- Marín Albaladejo, J. A. & Zamora Medina, R. (2014). Aproximación integradora en la investigación sobre la teoría del framing desde su condición multiparadigmática. *Disertaciones. Anuario Electrónico en Comunicación Social*, 7(1), 6-40. Recuperado de: <http://150.185.138.216/index.php/Disertaciones/article/view/4527>
- Mariño, M. V. (2009). Desde el análisis de contenido hacia el análisis del discurso: la necesidad de una apuesta decidida por la triangulación metodológica. In *Trabajo elaborado a partir de la ponencia presentada en el IX Congreso IBERCOM* (pp. 1-10). Recuperado de: <http://www.academia.edu/download/30418526/dis6.pdf>

- Mastrini, G. N. (2014). *Las industrias culturales en Argentina*. Tesis de Doctorado, Universidad Complutense de Madrid, España. Recuperado de: <http://eprints.ucm.es/24687/1/T35195.pdf>
- Matthes, J. (2012). Framing Politics: An Integrative Approach. *American Behavioral Scientist*, 56(3), 247-259. DOI: <https://doi.org/10.1177/0002764211426324>
- Matthes, J. & Kohring, M. (2008). The Content Analysis of Media Frames: Toward Improving Reliability and Validity. *Journal of Communication*, 58(2), 258-279. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.00384.x>
- McQuail, D. (2010). *Media Regulation*. Leicester: University of Leicester.
- Meijer, M.-M. & Kleinnijenhuis, J. (2006). Issue News and Corporate Reputation: Applying the Theories of Agenda Setting and Issue Ownership in the Field of Business Communication. *Journal of Communication*, 56(3), 543-559. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00300.x>
- Napoli, P. & Caplan, R. (2017). Why media companies insist they're not media companies, why they're wrong, and why it matters. *First Monday*, 22(5). DOI: <https://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/7051/6124>
- Neuman, W. R., Just, M. R. & Crigler, A. N. (1992). *Common Knowledge. News and the Construction of Political Meaning*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Price, V., Tewksbury, D. & Powers, E. (1997). Switching Trains of Thought: The Impact of News Frames on Readers' Cognitive Responses. *Communication Research*, 24(5), 481-506. DOI: <https://doi.org/10.1177/009365097024005002>
- Reese, S. D. (2007). The Framing Project: A Bridging Model for Media Research Revisited. *Journal of Communication*, 57(1), 148-154. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00334.x>
- Rosenberg, L. & Koziner, N. (2021). El rol de las fuentes informativas en el encuadre del delito. En G. Kessler, M. Becerra, N. Aruguete, & N. Raimondo Anselmino (Eds.), *El delito televisado. Cómo se producen y consumen las noticias sobre inseguridad y violencia en la Argentina* (83-101). Buenos Aires: Biblos.
- Sadaba, T. (2006). *Framing: Una teoría para los medios de comunicación*. Ulzana: Ulzama Ediciones.
- Scheufele, D. A. (2006). Frames, schemata, and news reporting. *Communications*, 31(1), 65-83. DOI: <https://doi.org/10.1515/COMMUN.2006.005>
- Scheufele, D. A. & Tewksbury, D. (2007). Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models. *Journal of Communication*, 57(1), 9-20. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00326.x>
- Schweizer, C. (2019). 15. Texts as Data II: Media Content Analysis. In H. Van den Bulck, M. Puppis, K. Donders & L. Van Audenhove (Eds.), *The Palgrave Handbook of Methods for Media Policy Research*. (pp. 263-276). London: Palgrave Macmillan.

- Semetko, H. & Canel, M. J. (1997). Agenda-Senders versus Agenda-Setters: Television in Spain's 1996 Election Campaign. *Political Communication*, 14(4), 459-479.
- Shoemaker, P. J. & Reese, S. D. (1996). *Mediating the Message. Theories of Influences on Mass Media Content*. London: Longman USA.
- Toulmin, S. E. (1972). *Human Understanding. The Evolution of Collective Understanding*. Princeton: Princeton University Press.
- Tuchman, G. (1983). *La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad*. Barcelona: Gustavo Gilli.
- Tuchman, G. (1999). La objetividad como ritual estratégico: un análisis de las nociones de objetividad de los periodistas. *CIC*, 4, 199-217.
- Van der Bulck, H., Puppis, M., Donders, K., & Van Audenhove, L. (Eds) (2019). *The Palgrave Handbook of Methods for Media Policy Research*. London: Palgrave Macmillan.
- Van Gorp, B. (2007). The Constructionist Approach to Framing: Bringing Culture Back In. *Journal of Communication*, 57(1), 60-78. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00329>.
- Wolf, M. (1987). *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Madrid: Paidós.

* Contribución: el 100% pertenece a la autora.

* Nota: el Comité Editorial de la revista aprobó la publicación del artículo en la sección Misceláneas.



Artículo publicado en acceso abierto bajo la Licencia Creative Commons - Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

IDENTIFICACIÓN DE LA AUTORA

Nadia Koziner. Doctora y magíster en Ciencias Sociales y Humanas, Universidad Nacional de Quilmes (Argentina). Especialista en Docencia en Entornos Virtuales, Universidad Nacional de Quilmes. Licenciada en Ciencias de la Comunicación, Universidad de Buenos Aires (Argentina). Cursado, Postdoctorado en Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Córdoba (Argentina). Investigadora asistente, Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (Argentina). Directora, Departamento de Diseño, Comunicación e Innovación Tecnológica, Universidad Nacional Raúl Scalabrini Ortiz (Argentina). Su trabajo de investigación se centra en la intersección entre comunicación, política y medios y se ha abocado al análisis de coberturas de casos de alto impacto político, económico y social desde el *Framing* y la *Agenda Setting*.