

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y CULTURA:

Frame analysis para el estudio de la recepción.

Rosario Sánchez Vilela*

Resumen

Los *frames* son esquemas de organización, operaciones cognitivas que, al igual que las matrices narrativas a las que recurren los géneros mediáticos, componen el sustrato de la cultura que comparten emisores y receptores. Los “estudios de encuadre” o “*framing theory*”, están estrechamente ligados a temáticas políticas. Se encuentran estudios del “efecto de encuadre” que se suelen inscribir en la tradición de la teoría de los efectos, pero pretenden configurar un modelo diferenciado respecto a otros modelos, especialmente los de *agenda setting* y *priming*.

En el artículo se plantea que la noción de *Frame analysis* encuentra sus fundamentos en la sociología de Erving Goffman quién, más allá de Bateson, desarrolla la metáfora cinematográfica en aplicación a la vida cotidiana. Se indica que la investigación de *framing* se interroga por el modo en que están construidos los temas y los discursos, así como por los significados que allí se despliegan. Dichos estudios complejizan la relación textos-audiencias, porque se tiene en cuenta la interacción con la memoria de la audiencia o su posibilidad de lecturas de resistencia. Estos estudios presentan una articulación productiva, tanto teórica como metodológica, con los estudios de recepción y su desarrollo desde los *cultural studies*.

Keywords:

Estudios de recepción, análisis de audiencias, *framing research*, *agenda setting*, investigación sociocultural, análisis de medios.

Recibido: 18 de noviembre de 2013 - Aceptado: 20 de noviembre 2013.

* Dra. Rosario Sánchez Vilela. Docente e investigadora del Departamento de Comunicación, Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Católica del Uruguay. Directora del Programa de Investigación de Medios de Comunicación y Cultura y de la Maestría en Comunicación. Énfasis en recepción y cultura de la misma institución. Es Master en Comunicación Social (UCU) y Doctora en Ciencia Política (UDELAR). Integra el Sistema Nacional de Investigadores del Uruguay. Email: rsanchez@ucu.edu.uy / rsanchezvilela@gmail.com

MEDIA AND CULTURE:

Frame analysis for the reception study

Rosario Sánchez Vilela*

Summary

The frames are organizational structures, cognitive operations, as that the narrative matrices resorted by media genres, these are part the substrate of the culture that transmitters and receptors share. “Framing studies” or “*framing theory*” are closely linked to political issues. Studies of the “framing effect” are inscribed in the tradition of the theory of the effects, but pretend configure a differentiated model over other models, especially the agenda setting and priming.

The article argues that the notion of Frame analysis finds its foundations in the sociology of Erving Goffman who, beyond Bateson, develops the cinematic metaphor applied to everyday life. It indicates that the framing research is interrogated by the way how issues and discourses are constructed as well as the meanings that unfold there. These studies complicate the text-audience relationship, because it takes into account the interaction with the memory of the audience or its possibility of resistance readings. These studies provide a productive articulation, both theoretical and methodological, with reception studies and their development from cultural studies.

Keywords:

Reception studies, audience analysis, framing research, agenda setting, sociocultural research, media analysis.

Received: November 18, 2013 - Accepted: November 20, 2013.

* Dr. Rosario Sanchez Vilela. Teacher and researcher in the Department of Communication, Faculty of Humanities of the Catholic University of Uruguay. Director of the Research Program of Media and Culture and the Master of Communication. Emphasis on culture and reception in the same institution. Master in Social Communication (UCU) and a PHD in Political Science (UDELAR). Part of the National System of Researchers of Uruguay. Email: rsanchez@ucu.edu.uy / rsanchezvilela@gmail.com

INTRODUCCIÓN

Dos tradiciones de investigación han aportado a la comprensión del papel de los medios de comunicación en la configuración de la visibilidad, tanto para la construcción de los asuntos públicos como para la formación de la opinión pública: *agenda setting theory* y *framing theory*.

Los estudios de *agenda setting* identifican los temas que componen la agenda mediática, miden la relevancia que en ella se les otorga y la confrontan con la agenda del público para medir el grado de correspondencia entre ambas agendas. La teoría subraya la existencia de una relación causal entre una y otra jerarquización. La repetición, la permanencia en el tiempo, la ubicación de la noticia, la extensión, si se trata de prensa, o la duración en el telenoticiero, son algunos instrumentos que definen la tematización en la agenda mediática. Estudiar la agenda mediática, entonces, permite sopesar la visibilidad de los temas ofertados al público [1].

Apesar de que la teoría formula la idea de efectos potentes de los medios sobre los ciudadanos, en confrontación clara con el paradigma de los efectos limitados, desde sus inicios se la ha difundido asociada a una frase amortiguadora del impacto mediático: los medios no le dicen a la gente qué pensar, sino en qué pensar [2].

En otras palabras, los medios informativos proporcionarían el listado de asuntos sobre los que el ciudadano debería tener opinión, pero no definen la opinión. Sin embargo, como se verá más adelante, la teoría del establecimiento de agenda incorporará enfoques que suponen algo más que un menú de temas sobre los que pensar, apuntando hacia la idea de que los medios también promueven la batería de instrumentos “con qué pensar” o, más aún, definen “cómo pensar” esos temas.

Además de un menú para la agenda pública, la tematización supone la elección de un punto de vista desde donde se aborda el tema: los mecanismos de *framing* o encuadre. La investigación de *agenda-setting*, inicialmente focalizada en los temas de la agenda, incorpora luego perspectivas teóricas

provenientes de otras orientaciones y se conecta particularmente con los estudios de *framing* hasta el punto de señalarlos como un tercer nivel de los estudios de agenda [3]. Con el propósito de comprender “las imágenes que tenemos en la cabeza” [4] los estudios de agenda se ocuparon de estudiar primero la agenda de “objetos”, entendiendo por ellos tanto los temas de interés público como los candidatos, para luego estudiar las agendas de “atributos”, es decir, características, aspectos relevantes de esos objetos. Se trata de dos niveles del establecimiento de agenda: un primer nivel, de fijación de agenda de “objetos”, transmisión de la relevancia de temas y candidatos políticos, y un segundo nivel, de la traslación de la relevancia de los atributos [5].

1. CONCEPTO DE FRAMING

A partir del abordaje de los atributos, la teoría de *agenda-setting* incorporó también el concepto de *framing*:



El encuadre se entiende como un punto de vista dominante del objeto que se transfiere a la manera de pensar de las audiencias, sobre un tema, un candidato o sobre la relevancia de un tema. McCombs introduce una nueva noción, la de “argumentos convincentes”, para designar aquellos encuadres que inciden sobre la asignación de relevancia de un tema.

Los encuadres se constituyen así en “argumentos convincentes” para la configuración de la agenda del público [6]. Estas dimensiones corresponderían, para McCombs, al tercer nivel de la *agenda-setting*.

Sin embargo, durante las últimas dos décadas se ha ido desarrollando una línea autónoma que se designa globalmente como “estudios de encuadre” y “*framing theory*” [7]. Estrechamente ligados a temáticas políticas, los estudios que se ocupan del “efecto de encuadre” suelen inscribirse en la tradición de la teoría de los efectos, pero pretenden configurar un modelo diferenciado respecto a otros modelos de efectos de los medios, especialmente los de *agenda setting* y *priming*:

“*Agenda setting* busca en la selección de las historias (*story selection*) una determinante de las percepciones públicas en torno a la importancia de un asunto (indirectamente a través del *priming*) y de la evaluación de los líderes políticos. El *framing* se centra no en cuáles temas o tópicos son seleccionados para cubrir en los medios de noticias, sino en las formas particulares en que estos están presentados” [8].

Ambas perspectivas, *agenda-setting* y *framing*, aportan a la comprensión del papel de los medios en la configuración de la visibilidad en el espacio público y la formación de la opinión. Desde el “encuadre” se privilegian unos campos semánticos sobre otros y se configuran los significados constitutivos de los relatos que adquieren visibilidad y expansión mediática; aporta una mirada para la comprensión de la recepción: cómo los ciudadanos configuran su interpretación de las narrativas mediáticas, de qué forma se produce la articulación entre la circulación mediática de contenidos definidos y las audiencias, el *frame analysis* una vía interesante de indagación.

2. MATRIZ DE LA NOCIÓN DE *FRAME*

La matriz de la noción de *frame* encuentra sus fundamentos en la sociología de Erving Goffman quien, más allá de Bateson, desarrolla la metáfora cinematográfica en aplicación a la vida cotidiana. La perspectiva del *frame analysis* perfilada en la obra de Goffman [9] nutre distintas líneas de investigación, desde las vinculadas a la comunicación política en busca de efectos hasta las de orientación semiótica y análisis del discurso más comprensivas de procesos interaccionales de producción de significados. La idea central en la que el análisis del marco se sustenta es que “las definiciones

de una situación se elaboran de acuerdo a principios de organización que estructuran los acontecimientos- al menos los sociales- y nuestra participación subjetiva en ellos” [10]. Cotidianamente proyectamos marcos de referencia para comprender el entorno en el que nos movemos [11].

El *frame*, implica una selección de elementos de la realidad en el afán de hacer sentido. Como estructura de datos organiza el mundo circundante y la experiencia social, supone una operación de comprensión que nos permite definir un acontecimiento, una posición o una acción. En el sentido de Goffman, los *frames* constituyen “esquemas de interpretación”. Cada situación o experiencia puede ser “enmarcada” de distintas maneras, pero los esquemas interpretativos que se apliquen estarán definiendo la significación de la situación, cómo se la interpreta, cómo es comprendida:

“Doy por supuesto que cuando los individuos asisten a una situación actual se enfrentan con la pregunta: <¿Qué es lo que está pasando aquí?> Ya se pregunte explícitamente, en tiempos de confusión o duda, ya tácitamente en tiempos de certidumbre habitual, la pregunta se hace, y la respuesta a ella se presume por la forma en la que los individuos proceden a tratar los asuntos que tienen entre manos” [12].

Aplicados a la comunicación, *framing* ha referido a la selección de elementos que se realiza para definir un problema, un hecho o un tema. Especialmente remite a la manera como se organizan por parte de los medios de comunicación y sus profesionales, pero también por las audiencias. Por ejemplo, se puede presentar el aumento de la inflación como producto del incremento en el precio de frutas y verduras motivado por agentes naturales o se puede presentar como producto de una política proteccionista que evita importar vegetales que bajarían los precios; las inundaciones de una región se pueden narrar como algo imprevisible a lo que hay que responder con la solidaridad o como un fenómeno previsible cuyos mecanismos de atención tendrían que estar aceitados.

3.1 La investigación de *framing*

La investigación de *framing* se interroga, entonces, sobre el modo en que están contruidos los temas y los discursos, así como por los significados que allí se despliegan.

Los matices en esta línea de investigación han sido variados y expresivos de la tensión entre un enfoque cuantitativo y otro cualitativo. Al igual que en la *agenda setting* gran parte de los estudios de encuadre se interesan por la relación de causalidad medios-audiencias, pero con frecuencia llegan más allá del establecimiento de la agenda y proponen el *frame-setting* [13]:

“... se centran en la idea de que la audiencia adopta posiciones distintas frente a un problema según los encuadres de los que disponga y que ella se adhiere rápidamente al *framing* aportado por los medios” [14].



El análisis de contenido cuantitativo y la experimentación en laboratorio constituyen el sustento empírico de estas afirmaciones como en el trabajo de S. Iyengar en *Is anyone responsible? How Television Frames Political Issues* [15] sobre los efectos que las noticias tienen en el encuadre de atribución de responsabilidad. Mediante diversos métodos cuantitativos el autor estudia los encuadres que las noticias televisivas formulan y el efecto sobre cómo la gente atribuye responsabilidad respecto a dos temas: la seguridad (crimen y terrorismo) y el del bienestar económico y social. Esta suele ser la perspectiva predominante según lo revela el hecho de que Tewksbury y Scheufele organicen la teoría del *framing* como una teoría de los efectos de los medios.

Sin embargo, otros matices en los estudios de *framing* sostienen que el propio concepto de *frame* es un constructo cualitativo y se proponen “capturar los significados imbricados en las relaciones internas de los textos” en tanto que, “las mediciones positivistas basadas en los contenidos manifiestos no capturan las tensiones entre los elementos de significado o entre lo que se dice y lo que no se dice” [16].

Por otra parte, en estas versiones de los estudios de encuadre, se complejiza la relación textos-audiencias, ya porque se tiene en cuenta la interacción con la memoria de la audiencia o al reconocerle la posibilidad de lecturas de resistencia. Es aquí, en una perspectiva más apegada a las definición original de Goffman, donde encuentro una articulación productiva, tanto teórica como metodológica, con los estudios de recepción y su desarrollo desde los *cultural studies*.

Resultan inspiradores los trabajos de Robert Entman. Su muy citada definición de *framing* es una buena síntesis del mecanismo y sus efectos de sentido:

“*Selecting and highlighting some facets of events or issues, and making connections among them so as to promote a particular interpretation, evaluation, and/or solution*” [17].

El *frame* estimula a la audiencia a realizar asociaciones entre el tema, una definición particular de su relevancia, sus causas, sus implicaciones y un modo de resolución [18]. Robert Entman, a partir del discurso de G. W. Bush sobre el 11 de septiembre, formula un modelo explicativo *-framing cascade model-* respecto a cómo el pensamiento que promueven los *frames* de la Casa Blanca sobre la política exterior se expande hacia el resto del sistema y predomina por encima de los *frames* de resistencia (*counterframing*).

El modo en como se expande el *framing* desde las élites gubernamentales hacia otros estratos se apoya en esquemas interpretativos: “Schemas are clusters or nodes of connected ideas and feelings stored in memory” [19]. El orden en el que se presenta la información, los primeros datos difundidos, son centrales para el proceso de *spreading activation*.

El despliegue se produce en las mentes de los individuos que componen cada uno de los estratos, tanto miembros del Congreso como periodistas o ciudadanos, a la vez que “viajan a través de las redes interpersonales” y las palabras y las imágenes del *framing* se expanden en distintos medios. La metáfora de la cascada pretende representar este fenómeno a la vez que señala cómo algunos actores tienen más poder que otros para impulsar pensamientos y sentimientos.

En ese sentido -plantea Entman- la posición de Bush es privilegiada para definir el enfoque respecto al 11/09, incidir sobre las élites, las noticias y el público, pero necesita además de otras variables. El modelo de cascada señala cuatro variables para la activación: **motivaciones, congruencia cultural, poder y estrategia.**

Si bien las dos últimas están ligadas al estrato que ocupa quien promueve el *framing*, las dos primeras apuntan a condiciones de los públicos. Las motivaciones y la congruencia cultural refieren al trabajo que “tira” (*pull*) de las asociaciones mentales en el pensamiento individual, mientras que poder y estrategias ejercen desde afuera “empujando” (*push*) la consideración de determinados *frames* [20].

La congruencia del *framing* propuesto por los textos mediáticos con aquellos esquemas interpretativos dominantes en una cultura política favorecería entonces la expansión de una interpretación sobre un asunto dado.

A diferencia de la orientación general de la investigación del *framing* centrada en temas y acontecimientos tratados en las noticias, mi trabajo se ha orientado a conocer los modos en los que se entiende la democracia y su inscripción en una visión de la política competitiva o deliberativa.

En este caso, entonces, los encuadres interpretativos indagados traspasan los temas coyunturales, trascienden las situaciones específicas, pero al definirlos, al configurar a sus actores, delimitan los sentidos posibles sobre la política y la democracia.

Con el trasfondo teórico del *frame analysis* como forma de entender la organización de la experiencia de la política (la específica *strip of life* que aquí interesa), la identificación de los esquemas interpretativos y de las jerarquizaciones semánticas en los textos mediáticos permite indagar en el entramado de significados, las redes semánticas que circulan en nuestro sentido común de lo político: “*the framing approach helps further point to a body of questions that organize our thinking*” [21], señala Reese. Como si fuera la punta de un iceberg, el estudio de los textos mediáticos revela una semántica colectiva, no necesariamente uniforme, pero disponible en nuestra operación interpretativa cotidiana respecto al objeto discursivo “política”.

La aplicación de esquemas interpretativos en la construcción de los textos opera sobre los procesos cognitivos de las personas en tanto ellos están conectados a redes de conocimiento [22]. Los esquemas interpretativos jerarquizados en los medios de comunicación necesitan de la disponibilidad de esos esquemas en el repertorio cognoscitivo de las audiencias.

3.1 ¿Una vuelta a los efectos poderosos de los medios?

Los estudios de encuadre en su versión dominante y los de agenda-setting intentan medir el efecto que tienen la agenda de temas, de atributos y de encuadre propuesta por los medios en las audiencias y sostienen su impacto en la formación de opinión pública. La lectura de McCombs deja la impresión del retorno de una aguja hipodérmica, con trayectos un poco más complejos que en su versión original, pero con una unidireccionalidad igualmente potente.

Si bien la investigación de agenda-setting llama la atención y proporciona evidencia sobre muchos aspectos del papel de los medios en la configuración de la visibilidad de temas, problemas y actores en el espacio público, exacerba el poder de los medios de comunicación al otorgarles una fuerza determinante, de causa/efecto unidireccional en la formación de la agenda pública, dejando de lado dimensiones de la configuración del espacio público, vinculadas a la experiencia, a la biografía, a las conversaciones cotidianas

y cruzamiento de agendas, probablemente porque ellas son menos cuantificables y reductibles a índices de correlación.



Indiscutiblemente la selección mediática configura la visibilidad de unos contenidos y deja de lado otros, coloca a disposición del gran público unas informaciones sobre los temas desde encuadres que define el medio de comunicación, los editores, los periodistas. Por otra parte, el circuito de fuentes reiteradas, la incidencia de la agenda de un medio sobre otro, en la medida en que muchas veces se constituye en la única fuente, favorece la potencialidad amplificadora de los medios por la frecuencia con la que los contenidos se repiten.

La visibilidad y amplificación mediáticas no operan exclusivamente sobre temáticas políticas o de interés público, sino sobre amplias esferas de la experiencia social: los significados sobre la juventud, la paternidad y maternidad, el cuerpo, la vida sana, etc. En suma, los modos de vivir y de ser. Sobre todo ello llama la atención la teoría del establecimiento de la agenda y sobre la amplificación de configuraciones de sentido advierte la investigación de *framing*. Ambos aspectos ayudan a comprender cómo se constituye el ambiente semántico en el que se interpretan las distintas dimensiones de la vida política y cómo se establecen aquellos conglomerados interpretativos dominantes como parte de una cultura política.

Sin embargo, otras consideraciones aportan a la comprensión de la complejidad de los medios en el espacio público. Mirados desde la perspectiva del *framing research*, los mecanismos de encuadre promoverían una generalización de formas de percibir los temas y problemas, en otras palabras, una “naturalización” de sentidos dominantes. Ahora bien, ¿cómo es que se seleccionan esos

atributos y encuadres? ¿son una “invención” mediática por la cual los receptores están determinados en sus opiniones y actitudes?

Los *frames* son esquemas de organización, operaciones cognitivas que, al igual que las matrices narrativas a las que recurren los géneros mediáticos, componen el sustrato de la cultura que comparten emisores y receptores. En la medida en que constituyen herramientas interpretativas compartidas es posible la coincidencia entre quienes producen los textos mediáticos y las audiencias. Se trata de una relación de circularidad más que de impacto unidireccional.

No se sostiene aquí que los medios funcionen como “espejo” reflejando la realidad, ni como “ventana al mundo”. La idea de circularidad implica que el repertorio de temas, encuadres y significaciones de los contenidos mediáticos se toman de las sociedades a las que los medios pertenecen [23], pero la incorporación al producto mediático no es inocua: exagera su visibilidad y supone una nueva producción, una puesta en relato que se vuelca nuevamente hacia los públicos que continúan el trabajo de producción de sentidos.

Los encuadres integran repertorios interpretativos persistentes, pero no son fijos, están sujetos a transformación y en confrontación unos con otros:

“Lo que se ve en los textos de los medios es frecuentemente el resultado de principios concurrentes de fuentes en disputa y, todavía, entre los propios profesionales de los medios” [24].

Los mecanismos de *framing* y otros aspectos de la composición de los textos mediáticos configuran un modo de lectura, un rumbo interpretativo, pero ello no implica su aceptación por parte de los receptores y tampoco la clausura absoluta de la polisemia en todos los textos.

En esta dirección, la investigación y la teoría generada a partir de los estudios culturales británicos y de los estudios de recepción aportan otras perspectivas que, al hacerlas converger con las contribuciones de

tradiciones como las aquí recorridas, permiten una comprensión más cabal del papel de los medios de comunicación en el nuevo espacio público y en la conformación de la opinión pública.

3.2 Procesos de “naturalización” de significados: los textos y las audiencias.

Como señala R. Maia:

“La construcción de sentido por los profesionales de la comunicación no es autoevidente, fruto de la voluntad o conciencia individual. Los textos de los medios son resultado de principios que estructuran cognitivamente y culturalmente los sentidos, en articulación con las propias relaciones sociales. De tal suerte, la naturaleza dinámica de los encuadramientos será mejor concebida si asumimos la pluralidad de posiciones y valores y consecuentemente, la tensión entre las interpretaciones colocadas en movimiento por los individuos y grupos en una situación dada” [25].

La afirmación apunta a dos temas en los que me interesa detenerme: uno es el de los procesos por los que se produce esa construcción de sentido en conexión con los contextos culturales, otro es el de la tensión entre significaciones. El primero refiere a la “naturalización” de sentidos, el segundo a la idea de la cultura como campo de pugna por los significados y a la audiencia actuando en lo que James Lull llamó “el sentido en movimiento” [26].

Desde los estudios culturales la preocupación por la reproducción de la ideología dominante y el papel de los medios de comunicación en ese proceso generó teoría e investigación empírica variadas que, sobre el trasfondo de las lecturas de autores como Althusser o Gramsci, daban cuenta de procesos de “naturalización” de los sentidos dominantes y de la constitución de la posición de los sujetos desde y por la interpelación de los textos mediáticos.

El artículo “Encoding/Decoding” de Stuart Hall [27] constituye un texto ineludible para esta problemática, en el que integra, además, algunas nociones provenientes de la semiótica en su explicación de la naturalización de sentidos dominantes. Es así que conceptualiza la dimensión de la connotación como el

nivel de la significación en el que actúan las hipercodificaciones ideológicas en una determinada cultura. Es en esta dimensión semántica que se sustenta la polisemia de los textos y mensajes, es decir, su apertura a varias significaciones, aunque –advierte Hall:

“La polisemia no debe ser confundida con pluralismo. Los códigos connotativos no son iguales entre sí. Toda sociedad o cultura tiende, con diversos grados de clausura, a imponer sus clasificaciones del mundo social, cultural y político. Esas clasificaciones constituyen un orden cultural dominante, a pesar de no ser éste unívoco ni incontestable. La cuestión de la <estructura de los discursos en dominancia> es un punto crucial. Las diferentes áreas de la vida social parecen estar dispuestas dentro de dominios discursivos jerárquicamente organizados a través de sentidos dominantes o preferenciales” [28].

Los acontecimientos nuevos o problemáticos se ubicarán en los mapas existentes, pero al mismo tiempo la polisemia es el campo de las transformaciones y de la posibilidad de diversas configuraciones de connotaciones. En esta ambigüedad reside la reproductibilidad y el cambio.

La composición del texto mediático, los procesos involucrados en su producción y puesta en código, configuran una “lectura preferente”, es decir un rumbo interpretativo que es el postulado por el texto y que responde a un “orden cultural dominante”. Los dominios de sentido preferenciales se instalan precisamente por un proceso de naturalización: “Ciertos códigos pueden ser tan ampliamente distribuidos en una cultura o comunidad de lenguaje específica, y ser aprendidos tan tempranamente, que aparentan no haber sido construidos – el efecto de una articulación entre signo y referente– sino ser dados <naturalmente>.”



En ese sentido, simples signos visuales parecen haber alcanzado una <casi universalidad>, aunque permanezcan evidencias de que los mismos códigos visuales aparentemente <naturales> sean específicos de una cultura dada” [29]. La expansión y el carácter habitual de estos códigos producen un reconocimiento “natural” en los receptores, la asunción de “percepciones naturalizadas” por lo que el proceso de producción de la codificación queda oculto (efecto ideológico).

Producción, circulación y consumo son atravesados por configuraciones de sentido dominantes, vigentes en cada uno de los momentos del proceso comunicativo y por ello mismo naturalizadas. Así, los códigos profesionales de los periodistas operan en la hegemonía y sirven para reproducir las definiciones hegemónicas, afirma Hall, no por una intencionalidad expresa sino de una manera “inconsciente e inadvertida”.

En una dirección similar apunta Mouchon:

“Ante la presión de la urgencia, al periodista le cuesta no ceder a las facilidades tranquilizadoras de los esquemas de pensamiento preestablecidos y no adaptar su escritura a las categorías dominantes en su era cultural. (...) se hace mensajero de la palabra instituida. (...) En virtud de la repetición de las formas que adopta y que pone en circulación en la sociedad, el periodista define un marco de lectura de la realidad y legitima implícitamente su régimen de legibilidad” [30].

Las prácticas periodísticas, la cercanía con las élites que constituyen generalmente sus fuentes, contribuirían entonces a la visibilidad de un punto de vista hegemónico que, volviendo a Hall, es entendido como aquel punto de vista “que define dentro de sus términos el horizonte mental, o universo de significados posibles y de todo un sector de relaciones en una sociedad o cultura; (...) que acarrea consigo el sello de legitimidad –parece coincidir con lo que es “natural”, “inevitable” u “obvio” al respecto del orden social” [31]. Límite interpretativo y legitimidad de la interpretación serían dos rasgos de la lectura preferente que construyen los textos mediáticos.

Llegados a este punto es necesario hacer algunas consideraciones respecto a la posibilidad del cambio, así como las tensiones

entre significaciones diversas en una misma sociedad y hasta en un mismo receptor. Desde el énfasis en la naturalización y la persistencia de esquemas interpretativos o dominios de sentido hegemónicos, se podría derivar en la idea de que los sujetos son “hablados” por los esquemas interpretativos y los discursos instaurados.

La reformulación teórica de David Morley contraviene esa visión. Su investigación lleva al campo empírico las hipótesis de lectura propuestas por Hall en “Encoding/Decoding” y los supuestos teóricos de la lectura preferente [32]. A partir de la evidencia empírica Morley reformula la teoría y discute la idea de los sujetos hablados por los discursos instituidos. Reconoce el peso y la influencia de la perspectiva althusseriana en los estudios culturales y en su propio trabajo, pero elabora otra respuesta respecto a cómo se articulan y se producen combinaciones diversas de codificación y descodificación.

Si bien el texto construye una posición de sujeto inscrita en su lectura preferencial, ella no es la única lectura contenida en el texto. La diversidad de lecturas dependerá de la combinación específica de discursos que realice cada sujeto en el momento de la interpelación. Esa combinación será el resultado del repertorio de discursos, de recursos culturales de que dispongan los sujetos diferentemente situados en la audiencia.

La disponibilidad del repertorio discursivo está ligada a la historia del sujeto, a su biografía (los discursos con los que estuvo en contacto a lo largo de su vida) y con su inscripción social actual, así como también se relaciona con el contexto de recepción específico en el que realice la lectura (los discursos disponibles adquirirán una jerarquización diferenciada si se trata del hogar, el trabajo o el lugar de estudio). En palabras de Morley:

“En realidad, este es un “sujeto atravesado por una cantidad de discursos”, pero es él la persona particular (que representa una combinación/intersección específica de tales discursos) quien produce las lecturas, y no son los discursos quienes “hablan” por boca del individuo en un sentido elemental. Más bien, esos discursos le proporcionan el repertorio cultural de recursos con los cuales ese individuo opera” [33].

El repertorio discursivo y simbólico no es homogéneo -contiene conflictos y fricciones- y tampoco es ilimitado, sino que está ligado a la posición social del sujeto. Los mapas culturales definen los límites de los recursos interpretativos a la vez que los sujetos no están fijos en relación a esos mapas [34]. Es posible una fuerte confluencia entre esta perspectiva y la noción sustancial del *frame analysis* formulada en Goffman.

Los enfoques de *framing* y las formulaciones de Hall y de Morley en los estudios culturales, aunque inscriptos en tradiciones teóricas y de investigación distintas, convergen en algunas ideas que afianzan la noción de que, aun reconociendo la transformación y la resistencia, en una sociedad y en una cultura dadas se instala una “estructura de oportunidades discursivas” [35] desde las que los temas y problemas son tratados [36].

Los procesos involucrados en la configuración de la lectura preferente (*encoding*) son aquellos en los que se produce la “naturalización” de significaciones, es decir la incorporación al sentido común de formas de comprender las distintas dimensiones de la experiencia social, modos de ver temas y problemas. La perspectiva del *frame analysis* contribuye también a explicar cómo ello se produce. Stephen Reese formula algunas precisiones respecto a la temporalidad y el carácter compartido del encuadre que avalan esta afirmación:

“Los encuadres son *principios organizativos* que *se comparten* socialmente y duran en el tiempo, y que trabajan *simbólicamente* para *estructurar* de manera significativa el mundo social” [37].

Cuando los encuadres se repiten sistemáticamente y circulan en distintos géneros y medios, pero también en las conversaciones de los ciudadanos, se constituyen en aquello que se da por sentado, que no se pone en tela de juicio y se produce una cierta “naturalización” del significado.

En ambos enfoques es útil estudiar la configuración de la jerarquía de visibilidad en el espacio público de cierto repertorio interpretativo por sobre otro. Son perspectivas

que permiten considerar medios y audiencias. Los medios de comunicación son un escenario privilegiado para estudiar qué esquemas interpretativos circulan y cuáles son dominantes. Pero no sólo porque los medios y los periodistas construyen el *framing* de mayor visibilidad en el espacio público, sino porque el resto de los actores sociales y políticos hacen también allí visibles los esquemas interpretativos desde donde comprenden los temas.

En otras palabras, existe una construcción mediática que opera como *framing*, pero lo que expresan líderes políticos, partidos, académicos y analistas políticos, los ciudadanos por mail, los mensajes orales en un contestador de una radio o los mensajes de texto, cuando aparecen en los medios, también portan esquemas interpretativos. Por otra parte, la exploración de los discursos de los “receptores de la política”, estudiados desde la convergencia de perspectivas aquí expuesta, permite ampliar la comprensión del repertorio de *frames* puestos en juego en la producción de sentido sobre la democracia.

ALGUNAS CONCLUSIONES PROVISORIAS

El abordaje de las narrativas de la política es así una forma de indagar la cultura política, en un sentido específico. Entiendo a la cultura política como el entramado de significaciones que se tejen y destejen en las prácticas comunicación. En términos de Luz Morán, “la cultura política es el **conjunto de significados compartidos de la vida política**”. Es decir:

“El conjunto de recursos empleados para pensar sobre el mundo político, lo que significa, que es algo más que la suma de opiniones privadas de los individuos. La forma en que las gente construye su visión del sistema político y determina su posición dentro del mismo es, por consiguiente, el fundamento de la propia definición de los individuos como actores políticos y se ubica, así, en la base de la idea de ciudadanía. Por otro lado, las culturas políticas pueden entenderse como aquellos marcos que dotan de significados (compartidos) a los acontecimientos políticos concretos: son, pues, los elementos que permiten la definición de situaciones que alientan o inhiben la acción colectiva” [38].

Desde esta mirada, la cultura política es la configuración de entramados de significados compartidos que van constituyendo el “ambiente semántico” o una “semántica colectiva”, no necesariamente uniforme, seguramente en conflicto con otros conglomerados, y en los que algunos pueden dominar por sobre otros.

El análisis de las macroestructuras semánticas de los textos y sus discursos, el estudio de sus estructuras esquemáticas y de su configuración narrativa en distintos géneros mediáticos, permite identificar los esquemas interpretativos subyacentes o explícitos con los que se comprende y concibe la política democrática. Al igual que en los textos mediáticos el discurso de los entrevistados se pueden analizar las jerarquizaciones semánticas e identificar esquemas interpretativos puestos en juego al referirse a distintos aspectos de la experiencia política.

A modo de síntesis el gráfico que sigue pretende ilustrar algunas de las ideas en las que ha recalado mi búsqueda de instrumentos teóricos y metodológicos.



Se parte del supuesto de que el espacio mediático es constitutivo del espacio público en las democracias actuales, en tanto allí se configura la visibilidad de los asuntos públicos y sus actores. Pero los medios de comunicación no solo configuran una agenda de temas, sino que son también el ámbito en el que se despliegan las significaciones respecto a las distintas dimensiones de la experiencia social, incluyendo la política. Ellos forman parte de la producción social del sentido, pero no solo porque proponen el modo de encuadre de los temas, sino también porque allí se hacen visibles los discursos de distintos actores (discurso político, discurso periodístico y discurso experto, entre otros) y sus concepciones.

El análisis de los textos mediáticos, incorporando el concepto de *framing*, habilita a una manera de comprender el ambiente semántico en el que se está pensando la política democrática y, específicamente, en aquella dimensión en la que los significados se expanden y amplifican que es la del espacio público mediático.

BIBLIOGRAFÍA

- Andacht, F. “Los marcos del mundo”, <http://www.raco.cat/index.php/Dart/article/viewFile/100252/150941>, consultado el 11 de febrero de 2011.
- Arendt, H. (1993) *La condición humana*, Barcelona, Paidós.
- Arendt, H. (1997) *¿Qué es la política?*, Barcelona, Paidós.
- Charadeau, P. (2003), *El discurso de la información. La construcción del espejo social*, Barcelona, Gedisa.
- Chihu Amparán, Aquiles (2006), “El “análisis de los marcos” en el discurso de Bush (septiembre 11 de 2001)”, *Revista Comunicación y Sociedad*, Nueva época, Nro. 6, Departamento de Comunicación Social Universidad de Guadalajara, México.
- Chong, D. / Druckman, J. N. “Dynamic Public Opinion: framing effects over time”. <http://www.mendeley.com/research/dynamic-public-opinion-framing-effects-time/>
- Dahlgren, Peter, (1996) *Television and the public sphere: citizenship, democracy and the media*, California, Sage.
- Dahlgren, Peter, (2002), “The public sphere an historical narrativa”, en McQuail, Denis, *McQuail's reader in mass communication Theory*, Sage.
- Dahlgren, Peter, Sparks, Colin, (1997) *Communication and citizenship: journalism and the public sphere*, New York, Routledge.
- Dayan, Daniel (comp.) 1997 *En busca del público*, Barcelona, Gedisa.
- Elster. Jon, (comp.) (2001), *La democracia deliberativa*, Barcelona, Gedisa.

Entman, R. (2004), *Projections of power. Framing news, public opinion and U. S. foreign policy*, The University of Chicago Press, USA

Entman, R.,(1993) "Framing: toward clarification of a fractured paradigm" *Journal of Communication*, 43 (4).

Ferree, M. M, Gamson, W. A., Gerhards, J., Rucht, D. (2002), *Schapin abortion discours. Democracy and public sphaera in Germany and United States*, N.Y., Cambridge University Press.

Ferry, Jean-Marc (1998) "La transformación de la publicidad política", en Ferry, Wolton y otros, *El nuevo espacio público*, Barcelona, Gedisa.

Gallardo, Javier (2005), "Diálogo en la República", *Polis*, Vol.1 Nro 1.

Gitlin, Tood, (1980) *The whole world is watching*, University of California Press.

Goffman, Erving (2006) *Frame Analysis. Los marcos de la experiencia*, España, Centro de Investigaciones sociológicas CIS.

Habermas, Jürgen (1998), *Facticidad y validez*, Valladolid, Trotta.

Habermas, Jürgen (1989), *Teoría de la acción comunicativa*, Buenos Aires, Taurus.

Hall, S. (2003), *Da Diáspora, Identidades e mediações culturais*, Brasil, Universidad Federal de Minas Gerais, UNESCO.

Hall, S., (1980), "Encodign/Decoding." *Cultura, media, language*. Working Papers in Cultural Studies, 1972-1979. London, Hutchinson.

Iyengar, S. (1994), *Is anyone responsible. How Television Frames Political Issues*. USA, University Chicago Press.

Jensen, K. B. y Jankowski, N. W.(ed) (1993), *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*, Barcelona, Bosch.

Lull, J. (1997), *Medios de comunicación y cultura*, Buenos Aires, Amorrortu.

Maher T. M. "Framing: an emerging paradigm or a phase of agenda setting?" Reese, Stephen D., Gandy, Oscar H., Grant, August E. (2010), *Framing Public Life.Perspectives on media and our understanding of the social world*, New York, Routledge, .

Maia, Rousiley C. M. (coord.) (2008) *Midia e Deliberação*, Rio de Janeiro, FGV Editora.

McCombs, M. (2006), *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*, Barcelona, Paidós.

McCombs, M. y Ghanem S. I. " The convergence of agenda Setting and Framing" en Reese, Stephen D., Gandy, Oscar H. , Grant, August E. (2010), *Framing Public Life.Perspectives on media and our understanding of the social world*, New York, Routledge,

Morán, M. L. (1996/97)"Sociedad, cultura y política: continuidad y novedad en el análisis cultural," *Revista Zona Abierta*, Nro. 77-78, Madrid.

Morley, D. (1996), *Televisión, audiencias y estudios culturales*, Buenos Aires, Amorrortu.

Mouchon, Jean, (1999), *Política y Medios. Los poderes bajo influencia*, Barcelona, Gedisa.

Mumby, Dennis, (comp.) (1997), *Narrativa y control social. Perspectivas críticas*, Buenos Aires, Amorrortu.

Ovejero Lucas, Félix (2008), *Incluso un pueblo de demonios: democracia, liberalismo, republicanismo*, Madrid, Ed. Katz.

Reese, Stephen D., Gandy, Oscar H., Jr., Grant, August E. G. (ed.), (2010) *Framing public Life: Perspectives on media and our understanding of de social world*, New York, Lawrence Erlbaum Associates.

Sartori, Giovanni (1990), *Teoría de la democracia I. El debate contemporáneo*. Buenos Aires, Ed. Rei.

Scheufele, D. y Tewksbury, D., (2007) "Framing, agenda setting, ad priming: the evolution of three media effects models", *Journal of Communication*, 57 (1).

Silverstone, Roger (1996), *Televisión y vida cotidiana*, Buenos Aires, Amorrortu.

Silverstone, Roger (2010), *La moral de los medios de comunicación. Sobre el nacimiento de la polis de los medios*, Buenos Aires, Amorrortu.

Tewksbury, D. y Scheufele, D., "News framing theory and research" en Jennings Bryant and Mary Beth Oliver (2009) *Media Effects. Advances in Theory and Research*, Nueva York, Routledge.

NOTAS

[1] McCombs, M. (2006), *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*, Barcelona, Paidós. La investigación inaugural fue en Chapel Hill en las elecciones presidenciales norteamericanas del año 1968 a partir de la cual se formulan los principales postulados de la teoría. Más adelante, tanto la investigación sobre los votantes de la localidad de Charlotte en Carolina del Norte, durante las presidenciales de 1972, como otra más amplia (tres localidades de tres estados diferentes) durante las elecciones de 1976, tienden a confirmar el efecto de agenda en el público y no la hipótesis contraria que sostenía que la agenda del público era la que influía en la agenda mediática. Si bien se ha ocupado de temas de interés público relacionados con la agenda política, la teoría sostiene que el efecto de agenda se produce también sobre otros campos.

[2] La célebre frase con la que se ha difundido el enfoque de *agenda setting* para distinguirla de otros enfoques centrados en efectos y que se repite sistemáticamente es: “*The press may not be successful much of time in telling people what to think, but it is stunningly successful in telling its readers what to ... think about*” B. Cohen (1963) citado por McCombs y Shaw (1972), en uno de los textos inaugurales de esta teoría “The agenda setting function off mass media” *Public opinion quarterly*, No 36.

[3] Mc Combs, M.(2006) ob. cit., pág. 171. Respecto a las relaciones entre ambos enfoques ver también McCombs, M. y Ghanem S. I. en “The convergence of agenda Setting and Framing” y Maher T. M. “Framing: an emerging paradigm or a phase of agenda setting?” en Reese, Stephen D., Gandy, Oscar H. , Grant, August E. (2010), *Framing Public Life.Perspectives on media and our understanding of the social world*, New York, Routledge.

[4] La frase de Lippman es retomada por McCombs como expresión del propósito de las investigaciones de *agenda setting*.

[5] MacCombs, M. ob. cit. pág. 138 y sig.

[6] El autor ilustra su funcionamiento con el lugar preponderante que tenía la seguridad en

la agenda pública de Texas en un momento en que las tasas de delincuencia estaban en descenso. Señala que la investigación puso de manifiesto que ello no era efecto solo de la frecuencia del tema en los medios, que era muy alta, sino incidencia de dos encuadres, “argumentos convincentes”: que los actos delictivos se dirigieran a personas comunes y que fueran delitos locales y a plena luz del día. McCombs, ídem, pág. 181.

[7] Para conocer el estado actual de la teoría es clave el artículo de David Tewksbury y Dietram Scheufele “News framing theory and research” en Jennings Bryant and Mary Beth Oliver (2009) *Media Effects. Advances in Theory and Research*, Nueva York, Routledge.

[8] Ver Scheufele, Dietram y Tewksbury, David, (2007) “Framing, agenda setting, ad priming: the evolution of three media effects models”, *Journal of Communication*, 57 (1), pág. 184.

[9] Goffman, Erving (2006) *Frame Analysis. Los marcos de la experiencia*, España, Centro de Investigaciones sociológicas CIS.

[10] Ídem, pág. 11.

[11] “Comprender es encuadrar” sintetiza F. Andacht en “Los marcos del mundo”, <http://www.raco.cat/index.php/Dart/article/viewFile/100252/150941>, consultado el 11 de febrero de 2011.

[12] Goffman, E., ob. cit., pág. 8.

[13] Tewksbury & Scheufele (2007), ob. cit., pág. 24. En la misma dirección de la comprobación de efectos de framing se desarrolla el trabajo de D. Chong y J. N. Druckman “Dynamic Public Opinion: framing effects over time”. <http://www.mendeley.com/research/dynamic-public-opinion-framing-effects-time/>

[14] Prólogo de Stephen D. Reese, en Reese, Stephen D., Gandy, Oscar H., Jr., Grant, August E. G. (ed.), (2010) *Framing public Life: Perspectives on media and our understanding of de social world*, Lawrence Erlbaum Associates, New York, pág. 9.

[15] Iyengar, S. (1994), *Is anyone responsible. How Television Frames Political Issues*. USA, University Chicago Press.

[16] Reese, S., ob. cit., pág. 8. La traducción es mía.

[17] Entman, R. (2004), *Projections of power. Framing news, public opinion and U. S. foreign policy*, The University of Chicago Press, USA, pág. 5. Una definición similar ya había sido formulada por Entman en "Framing: toward clarification of a fractured paradigm" (1993): "To frame is to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation" *Journal of Communication*, 43 (4), pág. 52.

[18] En su propósito de comprender el *framing* Entman propone la distinción entre dos clases de *framing*: sustantivos y procedimentales. Los *frames* sustantivos son aquellos que definen los efectos y condiciones de la problemática, identifican las causas, transmiten un juicio o valoración moral y refrendan soluciones o propuestas de mejoría. Los *frames* procedimentales refieren a la legitimidad de los actores políticos sustentada en su saber técnico, su éxito o su representatividad. Entman, R. (2004), ob. cit., pág. 6.

[19] Ídem, pág. 7.

[20] Ídem, pág. 13 y siguientes.

[21] Reese, S. ob. cit., pág. 28.

[22] Entman, R. Ob. cit., pág. 8.

[23] En una perspectiva afín a estas afirmaciones se ubica la definición de discurso circulante que formula Patrick Charadeau, con el propósito de dilucidar la naturaleza del espacio público: "El discurso circulante – afirma – es una suma empírica de enunciados con un propósito de definición sobre qué son los seres, las acciones, los acontecimientos, sus características, comportamientos y los juicios vinculados a ellos. Estos enunciados toman una forma discursiva que a veces se fija en fragmentos textuales (proverbios, dichos, máximas y toda fijación léxica), otras veces varía con modos de hablar de fraseología variable y que se constituyen en sociolectos. A través de estos se reconocen los miembros de una comunidad (y con esto juegan los discursos de propaganda)", Charadeau, P. *El discurso de la información. La construcción del espejo social*. Gedisa, Barcelona, 2003, pág. 130.

[24] Maia, Rousiley C. M. (coord.) (2008) *Midia e Deliberação*, Rio de Janeiro, FGV Editora, pág. 101.

[25] Ibídem.

[26] Así titula James Lull el capítulo 5 de uno de sus libros. Lull, J. (1997), *Medios de comunicación y cultura*, Buenos Aires, Amorrortu.

[27] Hall, Stuart, (1980), "Encodign/Decoding." *Cultura, Media, Language*. Working Papers in Cultural Studies, 1972-1979. London, Hutchinson.

[28] Hall, S. (2003), *Da Diáspora, Identidades e Mediações Culturais*, Universidad Federal de Minas Gerais, UNESCO, Brasil, pág. 396. Agrega Hall: "decimos dominante porque, de hecho existe un patrón de "lecturas preferenciales" (...) Los dominios de los sentidos preferenciales están embebidos de y contienen en ellos todo el orden social en cuanto conjunto de significados, prácticas y creencias: el conocimiento cotidiano de las estructuras sociales, el modo como las cosas funcionan para todos los propósitos prácticos en esta cultura" (pág.397). El autor señala que estas lecturas son dominantes y no determinantes en tanto es posible descodificar un evento en más de un mapa de sentido: "las definiciones dominantes son hegemónicas precisamente porque representan definiciones de situaciones y eventos que están en dominancia" (pág. 401).

[29] Hall se refiere en este artículo al discurso televisivo y específicamente señala que los signos icónicos son especialmente vulnerables a ser leídos como naturales. Ob. cit., pág. 393.

[30] Mouchon, Jean, (1999), *Política y Medios. Los poderes bajo influencia*, Barcelona, Gedisa, págs. 49-50.

[31] Hall, S., ob. cit., pág. 401.

[32] El Proyecto *Nationwide* constituyó un programa de investigación durante el cual se puso en juego y se revisó la teorización respecto a las configuraciones de sentidos dominantes y la explicación de las lecturas de las audiencias. Dos publicaciones dan cuenta del trabajo: una de C. Brunson y D. Morley (1978) *Everyday Television: "Nationwide"*, Londres, British Film Institute, la otra de D. Morley (1980) *The "Nationwide" Audience*, Londres, British Film Institute.

[33] Morley, D. (1996), *Televisión, audiencias y estudios culturales*, Buenos Aires, Amorrortu, pág, 197.

[34] Las audiencias pueden ser caracterizadas como nómadas en tanto transitan por diferentes comunidades interpretativas y subculturas. Ver Morley, D., ob. cit., cap. 3 y 5 y también Silverstone, Roger (1996), *Televisión y vida cotidiana*, Buenos Aires, Amorrortu, cap. 6.

[35] Ferree, M. M, Gamson, W. A., Gerhards, J., Rucht, D. (2002), *Schopin abortion discours. Democracy and public sphera in Germany and United States*, N.Y., Cambridge University Press, págs. 61 y siguientes.

[36] Asimismo Gitlin concibe los frames como “persistent patterns of conginition, interpretation, and presentation, of selection, emphasis, and exclusion, by which simbol-handlers routinely organize discourse...”y enfatiza la resistencia al cambio. Gitlin, Tood, (1980) *The wohle world is watching*, University of California Press, citado por S. Reese, ob. cit, pág. 11.

[37] Reese, S., ob. cit., pág. 11. En su esfuerzo por sistematizar una definición de trabajo, Reese desarrolla los componentes centrales del *frame*, identificados en la cita con los términos en cursiva.

[38] Morán, M. L. (1996/97) “Sociedad, cultura y política: continuidad y novedad en el análisis cultural,” *Revista Zona Abierta*, Nro. 77-78, Madrid, pág. 7. La negrita es mía.

Para citar este artículo:

Vilela, Sánchez Rosario (2013). **MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y CULTURA: *Frame analysis*** para el estudio de la recepción. *Revista Luciérnaga*, Año 5, N10. Grupo de Investigación en Comunicación, Facultad de Comunicación Audiovisual, Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid. Medellín-Colombia. ISSN 2027-1557. Págs. 41-54.