

RIC

PRIMAVERA-VERANO 2012

22

REVISTA IBEROAMERICANA DE COMUNICACIÓN

PUBLICACIÓN DEL POSGRADO EN COMUNICACIÓN
UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

PROFESIONALISMO, CALIDAD INFORMATIVA
Y TRANSFORMACIONES EN EL PERIODISMO (2)

Presentación

Mireya Márquez Ramírez

Profesionalismo en el periodismo: una revisión conceptual

Juan Carlos Colín Vaughan

Hacia el nuevo perfil del periodista actual:

especializado, negociador, empoderado y autónomo

Fernando Gutiérrez Atala

Propuesta metodológica para el análisis de los *encuadres periodísticos*
en la cobertura del narcotráfico en México

Radamanto Portilla Tinajero

Glenn Beck: falsedades de alto *rating*. Una visión desde John B. Thompson

Raquel Saed Grego

Los achaques del periodismo. Diagnóstico de las rutinas productivas de información
en una radiodifusora poblana

Lucano Romero Cárcamo

Reseña: *El nuevo periodismo en la prensa hispana contemporánea.*

Una propuesta para los medios del siglo XXI

Mónica Luengas Restrepo

**REVISTA IBEROAMERICANA
DE COMUNICACIÓN**

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

José Morales Orozco, S.J.
Rector

Javier Prado Galán, S.J.
Vicerrector Académico

Manuel Alejandro Guerrero Martínez
Director del Departamento de Comunicación

REVISTA IBEROAMERICANA DE COMUNICACIÓN, RIC

Manuel Alejandro Guerrero Martínez
Director

Mireya Márquez Ramírez
Editor invitado

Coordinación editorial:
Estela Margarita Torres Almanza

CONSEJO EDITORIAL
Manuel Alejandro Guerrero
Gabriela Warkentin
Julia Palacios
Inés Cornejo
Erick Fernández
José Carreño
Sylvia Gutiérrez y Vera
Jesús O. Elizondo
Manuel Gameros

CONSEJO ASESOR INTERNACIONAL

Carlos Scolari
Facultat d'Empresa i Comunicació, Universitat de Vic

Lucila Vargas
University of North Carolina at Chapel Hill

Rosalía Winocur
Universidad Autónoma Metropolitana

Rosental C. Alves
School of Journalism, University of Texas

Dr. Víctor Sanpedro Blanco
Universidad de Salamanca

PUBLICACIÓN DEL POSGRADO EN COMUNICACIÓN

RIC/ No. 22 / primavera-verano 2012

REVISTA IBEROAMERICANA DE COMUNICACIÓN



UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA
México, 2012

Mireya Márquez Ramírez
Alberto Torres Brambila
Cuidado de la edición

Alberto Torres Brambila
Corrección

Gerardo Menéndez
Diseño y maquetación

Revista Iberoamericana de Comunicación es una publicación semestral de la Universidad Iberoamericana, A.C., Ciudad de México. Prol. Paseo de la Reforma 880, Col. Lomas de Santa Fe. C.P. 01219, México, D.F. Tel. 5950-4000 ext 4919 y 7330. www.uia.mx; publica@uia.mx. Editor Responsable: Estela Margarita Torres Almanza. Número de Certificado de Reserva al Uso Exclusivo otorgado por el Instituto Nacional del Derecho de Autor: 04-2007-061314402700-102, ISSN: 1665-1677. Número de Certificado de Licitud de Título 11831, Número de Certificado de Licitud de Contenido 8434, ambos otorgados por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación. Domicilio de la Publicación: Posgrado de Comunicación, Departamento de Comunicación, Universidad Iberoamericana, A.C. Prol. Paseo de la Reforma 880, Col. Lomas de Santa Fe. C.P. 01219, México, D.F. Tel. 5950-4000 ext. 4941. Impresión: Oak-Editorial, S.A. de C.V. Cerrada de Veracruz 110, C-302. Col. Jesús del Monte, Huixquilucan, Estado de México. Distribución: Universidad Iberoamericana, A.C. Prol. Paseo de la Reforma 880, col. Lomas de Santa Fe, C.P. 01219, México, D.F. Tel. 5950-4000 ext. 7600. Todo artículo firmado es responsabilidad de su autor. Se prohíbe la reproducción de los artículos sin consentimiento del editor. publica@uia.mx

***Revista Iberoamericana de Comunicación* No. 22, primavera-verano, 2012**, se terminó de imprimir el mes de junio de 2012 con un tiraje de 500 ejemplares.

www.uia.mx/publicaciones

Índice

Mireya Márquez Ramírez 7 Presentación

PERIODISMO

Juan Carlos Colín Vaughan 11 Profesionalismo en el periodismo:
una revisión conceptual

Fernando Gutiérrez Atala 25 Hacia el nuevo perfil
del periodista actual:
especializado, negociador,
empoderado y autónomo

Radamanto Portilla Tinajero 43 Propuesta metodológica
para el análisis de los *encuadres*
periodísticos en la cobertura
del narcotráfico en México

Raquel Saed Grego 73 Glenn Beck: falsedades de alto
rating. Una visión desde
John B. Thompson

VARIOS

Lucano Romero Cárcamo 91 Los achaques del periodismo.
Diagnóstico de las rutinas
productivas de información
en una radiodifusora poblana

RESEÑA

- Mónica Luengas Restrepo* 121 El nuevo periodismo en la prensa
hispana contemporánea.
Una propuesta para los medios
del siglo XXI

LOS AUTORES

- Coordinación editorial 125 Los autores de este número

MENSAJES

- Coordinación editorial 129 Indicaciones para
los colaboradores

Propuesta metodológica para el análisis de los *encuadres periodísticos* en la cobertura del narcotráfico en México

Radamanto Portilla Tinajero

RESUMEN

En el marco de la denominada “Guerra contra el narcotráfico” y el contexto de violencia generada por la delincuencia organizada, el papel social de los medios de comunicación en la cobertura informativa de este fenómeno deja mucho que desear. La falta de consenso entre los distintos medios informativos sobre *qué* y *cómo* informar cuando se trata de los fenómenos del narcotráfico y el crimen organizado, son un problema si consideramos que es a través de ellos que la sociedad mexicana se mantiene informada sobre este tipo de acontecimientos. En este sentido, en el presente artículo se expone una propuesta metodológica para el análisis del contenido mediático desde la perspectiva y los postulados de la teoría del *framing*.

Palabras clave: Encuadre, Medios de comunicación, Narcotráfico, Cobertura informativa.

ABSTRACT

As part of the so-called “War on drugs” and the context of violence generated by organized crime, the media coverage of this phenomenon is far from satisfactory. The lack of consensus among the media on *what* and *how* to report drug-trafficking and organized crime events is problematic considering the fact that it is through the media that Mexican society is informed about such events. In that sense, this paper introduces a methodological proposal for the analysis of media content from the perspective and the postulates of the Framing Theory.

Keywords: Framing, Media, Drug trafficking, Media coverage.

43

En el marco de la denominada “Guerra contra el narcotráfico” y el contexto de violencia generada por la actividad de la delincuencia organizada, el papel social de los medios de comunicación¹ en la cobertura informativa de este fenómeno deja mucho que desear. En este sentido, en el presente documento se pretende presentar una propuesta metodológica para el análisis del contenido mediático desde la perspectiva y los postulados de la teoría del *framing* o encuadre.

La falta de consenso entre los distintos medios informativos sobre *qué* y *cómo* informar cuando se trata del fenómeno del narcotráfico y el crimen organizado, es un problema si consideramos que es a través de ellos que la sociedad mexicana se mantiene informada sobre este tipo de acontecimientos. Por tal motivo, es importante conocer *cómo* la prensa mexicana construye y representa estos acontecimientos ya que eso contribuye a generar las imágenes e interpretaciones que la sociedad tiene de la realidad.

En el presente artículo se expone una propuesta metodológica para el análisis de los *encuadres periodísticos* utilizados por la prensa mexicana de referencia en la cobertura del fenómeno del narcotráfico en México. De esto se desprenden básicamente dos objetivos: por un lado, contribuir al debate sobre la cobertura informativa de temas específicos, como es el caso del fenómeno del narcotráfico; por el otro, se pretende dar continuidad a la producción científica sobre los *encuadres periodísticos*, proporcionando una propuesta metodológica concreta para el análisis de esta estrategia discursiva en la prensa mexicana de referencia.

En síntesis, la propuesta metodológica para el estudio de los *encuadres periodísticos* en la cobertura del fenómeno del narcotráfico en la prensa mexicana de referencia, presentada en las siguientes páginas, se divide

¹ El debate sobre el papel o la responsabilidad sociales de los medios es bastante complejo y no es objeto del presente documento. Pero, siguiendo los postulados de la *Comisión Hutchins*, entendemos este concepto como las funciones básicas a las que tienen que responder los medios: “1) hacer un real, comprensivo e inteligente relato de los acontecimientos diarios con contexto y sentido; 2) servir de foro para el intercambio de comentarios y críticas; 3) proyectar la visión de la realidad de los grupos relevantes en la sociedad; 4) presentar y explicar las metas y valores de la sociedad; y 5) garantizar el acceso pleno a la información relevante del día”.

en tres fases en la investigación. La primera corresponde a la identificación de los *encuadres* a partir de sus funciones, la segunda da cuenta de cuáles de ellos fueron utilizados de acuerdo a una tipología consolidada, y la tercera implica la inferencia de un encuadre específico a partir de la metáfora de la “guerra”. En su conjunto, las tres fases constituyen la matriz metodológica de la investigación.

La propuesta metodológica expuesta en este artículo tiene el objetivo de alimentar la reflexión y discusión en los lectores en torno a las bondades de la teoría del encuadre en el análisis de la cobertura informativa. Queda pendiente su aplicación a los casos empíricos, lo cual se está realizando como parte de un proyecto de investigación del autor, cuyos resultados serán socializados en próximas publicaciones. A pesar de la deficiencia que ello pueda representar, la propuesta metodológica que se ofrece en este documento es suficientemente coherente con relación a las referencias bibliográficas y propuestas metodológicas identificadas en las investigaciones sobre los *encuadres periodísticos*. Por otra parte, la ausencia de estudios similares para el caso de la cobertura del narcotráfico representó un arduo proceso de reflexión para la configuración de un método que sirva para este caso particular, mismo que no está exento de correcciones y críticas.

45

LA COBERTURA DEL FENÓMENO DEL NARCOTRÁFICO EN LOS MEDIOS INFORMATIVOS

En el contexto del fenómeno del narcotráfico y del crimen organizado en México, los medios informativos mexicanos desempeñan un papel fundamental a la hora de mantener informada a la sociedad sobre este tema. Los noticieros televisivos y radiofónicos, así como la prensa escrita y digital, son algunas de las más importantes fuentes de información para la sociedad mexicana sobre el acontecer local, regional, nacional e internacional. En 2006, 73% de los mexicanos se informaban a través de la televisión, 40% mediante los periódicos y 37% escuchando la radio. Gran parte de la información que la sociedad mexicana tiene sobre

el fenómeno del narcotráfico –y muchos temas más– proviene de los medios informativos.

46 En la cobertura que los medios informativos mexicanos dan a los temas de seguridad y violencia parece predominar la lógica de la nota roja: “el reporte de cifras sin contexto, sin historia, sin referentes, sin análisis, y con un lenguaje que alimenta el morbo simplificador, estereotipado, insuficiente para describir lo que estamos conociendo” (Hernández, 2010, p. 4). El papel social que a los medios informativos les corresponde desempeñar en este contexto deja mucho que desear. Y como observa María Elena Hernández (2010, p. 4), “la cobertura prevaleciente refleja que no hay acuerdos claros ni al interior de los medios ni entre las distintas empresas informativas sobre *qué* informar y *cómo* hacerlo” [cursivas añadidas]. Esto representa un problema si consideramos que es a través de ellos que la sociedad mexicana se mantiene informada sobre este tipo de acontecimientos. Por tanto, es importante conocer cómo la prensa representa los acontecimientos ya que eso contribuye a generar las imágenes e interpretaciones que la sociedad tiene de la realidad.

LA *AGENDA-SETTING* EN EL ANÁLISIS DE LAS IMÁGENES, REPRESENTACIONES Y ASUNTOS DE LA REALIDAD

La idea de que las noticias construyen representaciones e imágenes de aspectos de la realidad, en oposición a la concepción objetivista de los medios informativos que concebía a los productos noticiosos como un “reflejo” de los hechos, fue argumentada desde la década de 1920 por el sociólogo estadounidense Walter Lippmann en su investigación sobre la conformación de la opinión pública. Lippmann marcó una distinción importante entre el mundo que existe “realmente” (el *entorno*) y nuestras percepciones subjetivas de aquella realidad (el *pseudo-entorno*), las cuales en gran medida están influenciadas por los contenidos que los medios de comunicación difunden.

A partir de las ideas de Walter Lippmann, Maxwell McCombs desarrolló una teoría y metodología que permitiera obtener datos empíricos

sobre la influencia de los contenidos mediáticos en las representaciones y percepciones de los consumidores de información noticiosa: la *agenda-setting*. Para McCombs (1996) el efecto más importante de los medios masivos de comunicación es su capacidad de estructurar y organizar nuestro mundo, y esa capacidad es la que ha sido definida como la función de la *agenda-setting* (p. 16).

En sentido pragmático, McCombs considera que las noticias influyen en muchas facetas de nuestra vida cotidiana: en nuestra toma de decisiones² y en nuestros sentimientos o percepciones.³ Sin embargo, el reconocimiento del “poder” de los medios que hace McCombs no es directo, inmediato e ilimitado, sino gradual, y depende de muchas variables internas y externas a los medios y a los sujetos.

47

La importancia de la *agenda-setting* radica en su capacidad medible y explicativa de los efectos mediáticos, aspecto que ha contribuido en su desarrollo y consolidación en el marco de las investigaciones sobre comunicación.

En el desarrollo de la teoría de la *agenda-setting* es posible identificar otra fase o enfoque teórico-metodológico: “la agenda de los aspectos” o el “segundo nivel de la agenda”. Este enfoque estableció el marco para la investigación de los aspectos o atributos vinculados a temas específicos de la agenda de los medios. La suposición de partida es que los medios no solamente filtran, seleccionan y enfatizan ciertos hechos de la realidad, sino que también “resaltan o esconden elementos particulares” de los asuntos en la constitución de la agenda de los medios. A partir de los aspectos o atributos incluidos o excluidos en la *agenda-setting*, las audiencias generan imágenes e interpretaciones de los temas que los medios

² Decidimos el modo de vestir para ir al trabajo o la escuela según el reporte meteorológico, o el camino para llegar a ellos según el informe de tránsito, o los planes de fin de semana según la información de centros vacacionales o de esparcimiento; decidimos por quién votaremos según la cobertura mediática de las campañas electorales; etcétera.

³ Las tragedias humanas y los desastres naturales reportados repercuten en nuestras sensaciones, los reportes sobre la criminalidad nos producen sentimientos de incertidumbre, inseguridad, desprotección, etcétera.

transmiten. De acuerdo con McCombs y Evatt (1995), la *agenda-setting* de los medios no sólo influye sobre *qué* temas son importantes, sino también en el modo en *cómo* pensamos acerca de esos temas.

EL PROCESO DE *ENCUADRE* COMO ESTRATEGIA DE INTERPRETACIÓN DE LA REALIDAD

48

Los trabajos pioneros de Gaye Tuchman (1983) y Herbert J. Gans (1979) utilizaron el concepto de *frame*,⁴ definido como el marco organizativo e interpretativo de las noticias, para explicar el proceso a través del cual los periodistas construyen los acontecimientos noticiosos. Para estos autores los marcos vendrían a ser las normas o reglas propias de la organización periodística, mediante las cuales los profesionales conducen su actividad y construyen las noticias. A partir de estas investigaciones la noción de *frame* adquirió una gran relevancia en los estudios en comunicación para explicar un proceso característico de los medios informativos, relacionado principalmente con la dimensión interpretativa de los acontecimientos y la realidad.

A lo largo de tres décadas se desarrolló y consolidó un marco conceptual y metodológico en torno a la noción de *frame* en la investigación en comunicación: la teoría del *framing* o encuadre.⁵ En su investigación sobre el estado de desarrollo de la especialidad, Vicente y López (2009) organizan la investigación sobre *framing* en una línea de trabajo heterogénea y constante durante décadas. Ellos distinguen algunos momentos o etapas de la especialidad: primero, una fase de formación que inicia en 1974 con la aparición del concepto *frame* en los estudios sociológicos y

⁴ El concepto de *frame* fue introducido originalmente en los estudios sociológicos y psicológicos de Erving Goffman y Gregory Batenson en 1974. A ellos se deben los principales lineamientos conceptuales de la noción. Sin embargo, en los estudios en comunicación apareció hasta las investigaciones de Tuchman (1983) y Gans (1979), algunos años después.

⁵ Sobre la pertinencia del uso del término *encuadre* como sinónimo en español de *framing* véanse las disertaciones teóricas de Teresa Sádaba (2001 y 2007). En este trabajo se utilizarán los términos *framing* y *encuadre* como sinónimos.

psicológicos de Erving Goffman y Gregory Batenson, y después introducido por Gaye Tuchman en los estudios de comunicación; segundo, entre los años 1990 y 1999 la especialidad experimenta un momento de definición conceptual y “aplicación descontrolada” de la metodología en estudios empíricos. En esta fase de desarrollo de la investigación destaca la figura de Robert M. Entman (1993, p. 52), quien aporta una de las más importantes definiciones de la noción de *encuadre* (*framing*): la entiende como una acción estratégica mediática que consiste en *seleccionar* y dar *relevancia* a ciertos aspectos de la realidad y que genera cuatro consecuencias en el discurso noticioso (definición del problema, atribución de las causas, evaluación moral y recomendación de tratamiento). Por otro lado Iyengar y Simon (1993), así como Valkenburg, Semetko y De Vreese (1999) desarrollan toda una serie de investigaciones empíricas donde ponen a prueba la metodología de la teoría del encuadre, obteniendo importantes avances como la generación de tipologías de los encuadres periodísticos.

49

Sin embargo, los intentos de coordinación y definición de la investigación en torno a la noción de *framing* no pudieron solventar la ambigüedad y equiparación con el segundo nivel de la *agenda-setting*. Como subrayan Vicente y López (2009), los estudios sobre *framing* continuaron “vinculándose al análisis del tratamiento periodístico (*cómo informativo*), como un paso más allá de la selección periodística (*qué informativo*) que representa la teoría de la *agenda-setting*”. La falta de consenso teórico-metodológico y la indefinición conceptual de la especialidad devino en lo que Robert Entman (1993) definió como “*framing*: un paradigma fracturado”.

A partir del año 2000 la investigación sobre *framing* experimenta intentos solventes de reorganización teórica y consolidación conceptual, acompañados de una mayor experimentación empírica a la registrada en la década precedente. La tercera fase de desarrollo de la especialidad estuvo marcada por la aparición de grandes obras de referencia –por ejemplo, los trabajos del Robert Entman (2010), Dietram A. Scheufele (1999), Claes de Vreese (2005), Dennis Chong y James N. Druckman

(2007), Stephen Reese (2001 y 2007) y Teresa Sádaba (2001 y 2007)—, cuyo objetivo, mediante la revisión teórica de todo lo realizado anteriormente, fue “determinar los principales problemas que han impedido la consolidación hasta el momento y afrontar los retos de clarificación conceptual y metodológica que plantean”.

En esta etapa de la investigación sobre *framing* fueron alcanzados dos resultados teóricos importantes. Por un lado, se llegó a una definición precisa de las diferencias y puntos en común de la especialidad con los planteamientos teóricos y metodológicos de la *agenda-setting* y el *priming*.⁶ De manera muy sintética, de acuerdo a Vicente y López
 50 (2009, p. 21), la *agenda-setting* y el *priming* se basan en la “accesibilidad (*accessibility*), entendida como la mayor o menor capacidad de acceso a un tema almacenado en la memoria dependiendo de su relevancia (*saliency*)”, mientras que el *framing* tiene sus fundamentos en el concepto de aplicabilidad (*applicability*), “entendido como la conexión interpretativa entre dos temas”.⁷ En este sentido, “el *framing* se basa en la capacidad

⁶ El término *efecto priming* se refiere a la capacidad de los programas informativos para afectar los criterios por los cuales los líderes políticos, por ejemplo, son juzgados. El *priming* es una extensión de la *agenda-setting* y se relaciona con el impacto de la cobertura noticiosa en el peso asignado a temas específicos.

⁷ Teresa Sádaba sostiene que “la *agenda-setting* está relacionada con la transferencia y la accesibilidad; el *framing* con la interpretación del mundo” (2007, p. 79). Para Manuel Castells (2010) la agenda se refiere a la asignación de una especial relevancia a un asunto particular o a un conjunto de informaciones por parte de la fuente del mensaje con la expectativa de que la audiencia prestará una mayor atención al contenido y formato del mensaje, mientras que el *framing* es “el proceso de seleccionar y resaltar algunos aspectos de los acontecimientos o asuntos y establecer relaciones entre ellos con el fin de promover una determinada interpretación, evaluación y/o solución. Para David Weaver (2007) hay semejanzas y conexiones entre la *agenda-setting*, *priming* y *framing*, pero no son perspectivas idénticas, pues ambos están más preocupados por *cómo* los temas u otros objetos —personas, grupos, organizaciones, países, etcétera— son representados en los medios que con los temas que son más o menos prominentemente reportados. Ambos se enfocan sobre los aspectos, temas o descripciones más prominentes o relevantes de los objetos de interés. Ambos tienen que ver con formas de pensar más que con objetos de pensamiento. Pero el *framing* parece incluir una gama más amplia de procesos cognitivos —tales como valoraciones morales, razonamientos sobre las causas, apelación a principios y recomendaciones de tratamiento de los problemas— que lo que hace el

para generar esquemas interpretativos reconocibles a partir de cambios significativos en el discurso”.

El otro resultado alcanzado fue la consolidación de “una base teórica inicial sobre los fundamentos del proceso *framing* y su aplicación científica comunicativa”. Robert Entman (1993 y 2010) es quizá el investigador que presenta “el modelo teórico y metodológico de integración más completo, tomando el concepto de *bias*⁸ como fundamento central”. A partir de la definición de *framing* de Entman, investigadores como Dietram A. Scheufele (1999) y Stephen Reese (2001) identificaron dimensiones específicas del proceso de *encuadre* —como las distinciones entre *media frames* y *audience frames*, *frame building* y *frame setting* y la cascada de activación del *framing*— y otros como Shanto Iyengar y Simon (1993), Patti Valkenburg, Holli Semetko y Claes de Vreese (1999) consolidaron las tipologías de los *encuadres periodísticos*.⁹

51

LA INVESTIGACIÓN SOBRE *FRAMING* EN MÉXICO

En los últimos diez años han sido escritos diversos artículos y volúmenes monográficos que revisan la evolución y el estado de los estudios en comunicación a nivel internacional, donde se subraya la importancia que el *framing* ha adquirido entre la producción académica. Estas investigaciones arrojan datos cuantitativos tanto sobre el volumen de la producción empírica del *framing*, como sobre su nivel de producción teórica. David H. Weaver (2007) destaca que entre 2001 y 2005 se registraron 165 investigaciones sobre *framing*, frente a 43 sobre *agenda-setting* y 25

segundo nivel de la *agenda-setting* —la relevancia de los atributos de un objeto. En su artículo “Thoughts on Agenda Setting, Framing and Priming”, David H. Weaver (2007) reconoce que el *framing* ha superado con creces la popularidad en la década pasada de los estudios sobre el establecimiento de la agenda y el *priming*, pero el *framing* parece ser el menos definido de los tres, conceptual y operacionalmente.

⁸ La traducción aproximada de *bias*, retomada del artículo de Vicente y López (2009), se refiere a la tendencia general de un medio de comunicación.

⁹ Más adelante se definen conceptual y metodológicamente las distintas tipologías de los *encuadres periodísticos*.

sobre *priming*. Por otro lado, el trabajo de Jennings Bryant y Dorina Miron (2004, p. 693) ofrece datos significativos sobre la importancia del *framing*, sobre todo durante el presente siglo. En su análisis de 1 806 artículos publicados en tres importantes revistas en comunicación,¹⁰ destaca la frecuencia y jerarquía que tiene el *framing*, posicionándose como una de las 26 teorías más relevantes de la segunda mitad del siglo xx.

Como se mencionó anteriormente, a pesar de que el origen de la noción de *frame* apareció en 1974, fue hasta 1983 que se utilizó el concepto en los estudios en comunicación. A partir de 1995 este enfoque teórico registra un desarrollo continuo y creciente en la investigación de dicho campo.

52

En el mismo artículo de Bryant y Miron (2004), pero en un análisis centrado en las principales teorías actuales entre 2001 y 2004 —usadas en los artículos de investigación sobre la *mass communication* en seis revistas especializadas—,¹¹ el *framing* se presenta como la “teoría de la comunicación de masas más utilizada en la presente era”,¹² muy por delante de perspectivas como la *agenda-setting*, las teorías del cultivo, la teoría de las mediaciones,¹³ los efectos de la tercera persona,¹⁴ la de usos y gratificaciones o la teoría de la exposición selectiva.¹⁵

En México la situación de los estudios en comunicación sobre *framing* es un poco distinta. La investigación desde esta perspectiva es bastante

¹⁰ *Journalism & Mass Communication Quarterly*, *Journal of Communication*, y *Journal of Broadcasting & Electronic Media*.

¹¹ Las revistas incluidas en la muestra de análisis de Bryant y Miron fueron: *Journalism & Mass Communication Quarterly*, *Journal of Communication*, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, *Communication Research*, *Mass Communication & Society*, y *Media Psychology*.

¹² En el original: *Framing, the most utilized mass communication theory of the present era*.

¹³ En inglés, *Mediations models theory*.

¹⁴ En inglés, *Third-person effects*.

¹⁵ El análisis de Bryant y Miron (2004) revela que la teoría del *framing* fue utilizada en 21 investigaciones publicadas en las seis revistas que constituyeron el universo de análisis, mientras que la *agenda-setting*, teoría del cultivo, la teoría de las mediaciones y los efectos de la tercera persona, registraron una frecuencia de uso de 16 investigaciones para cada una de ellas. Para más detalles sobre estos datos remítase a las páginas 695-697 del artículo en cuestión.

escasa si la comparamos con el desarrollo que la especialidad tiene a nivel internacional.¹⁶

Después de revisar¹⁷ el Catálogo de Documentación en Ciencias Sociales (CC-DOC)¹⁸ y el Sistema de Información Científica Redalyc¹⁹ se obtuvieron los siguientes resultados:

TABLA I
Estudios en comunicación sobre framing en México

REVISTA	NÚMERO DE ARTÍCULOS	AUTOR Y FECHA
<i>Estudios Sociológicos</i>	1	Chihu y López, 2004
<i>Comunicación y Sociedad</i>	2	Chihu, 2005 Chihu, 2006a
<i>El Cotidiano</i>	1	Chihu, 2006b
<i>Global Media Journal</i>	3	Igartua y Otero, 2006 Sabre, 2011 Sorrribas y Brussino, 2011
<i>Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales</i>	1	Muñiz <i>et al.</i> , 2009
<i>Razón y Palabra</i>	1	Zamora y Marín, 2010
<i>Convergencia. Revista de Ciencias Sociales</i>	1	Muñiz, 2011
Tesis doctoral	1	Velázquez, 2011

Fuente: elaboración propia.

¹⁶ El artículo de Vicente y López presenta un exhaustivo análisis del estado de la investigación sobre *framing* en la producción académica española.

¹⁷ El criterio de búsqueda de investigaciones sobre el *framing* se realizó a partir de las siguientes palabras clave: *framing*, *frame* y encuadre. Los conceptos de búsqueda corresponden con las definiciones teóricas del *framing* y fueron localizados en los títulos, resúmenes y palabras clave de las investigaciones y/o artículos disponibles en las fuentes; fueron omitidas las reseñas.

¹⁸ Este es un catálogo que ofrece acceso sistematizado a la producción de la investigación académica sobre la comunicación en México, a cargo del doctor Raúl Fuentes Navarro, con el auspicio de la Universidad Jesuita de México (ITESO) y el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt). Disponible en [<http://bit.ly/KHUtH4>].

¹⁹ Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal (Redalyc). La búsqueda en esta base de información se filtró con el criterio del país: México. Disponible en [<http://redalyc.uaemex.mx>].

Diez artículos de investigación y una tesis doctoral fue el resultado de la búsqueda de investigaciones sobre el *framing* en revistas mexicanas y centros de documentación de estudios en comunicación nacionales. Sin embargo dos artículos pertenecen a investigaciones españolas (ej. Igartua y Otero, 2006; Muñiz *et al.*, 2009), lo que resulta en sólo ocho artículos de producción académica mexicana. Además la investigación sobre el *framing* en el país se remonta a solo cinco años atrás, de 2006 a 2011, a pesar de que los motores de búsqueda utilizados contienen documentación desde 1956, para el caso del CC-DOC, y desde 1993 en Redalyc. También es importante subrayar que cinco de nueve artículos fueron publicados en la presente década.

La investigación en México sobre *framing* es incipiente y escasa, sin embargo, los estudios desde esta perspectiva manifiestan una tendencia creciente entre los investigadores noveles y estudiantes de posgrado tanto de ciencias sociales como de comunicación.²⁰

DEFINICIÓN CONCEPTUAL DEL *ENCUADRE*

Los *frames* son esquemas compartidos entre el productor del mensaje, el receptor y la cultura donde se construyen. En el discurso periodístico los *frames* se encuentran en el periodista, en la audiencia, en el texto noticioso y en la cultura. Según Teresa Sádaba los *frames* son:

[...] esquemas compartidos que subyacen en las actitudes de los periodistas, que organizan la información; en los receptores, que son capaces de comprenderla; en los textos en los que se esconden y en la cultura en la que se generan [...] son tanto principios mentales de procesamiento de la información como características textuales (2007, p. 96).

²⁰ En conversaciones informales con estudiantes de posgrado me he enterado que el *framing* o encuadre es una de las teorías que se están utilizando en las tesis e investigaciones en progreso.

Los *frames* como ideas organizadoras del contenido de las noticias no se reducen a los componentes formales de los textos noticiosos (titulares, encabezados, tipografía, etcétera), ni a los elementos visuales (fotografías, logos, estadísticas, tablas y gráficos), aunque el análisis de determinadas palabras, metáforas, connotaciones y formas gramaticales proporciona indicadores fidedignos de los *frames*. Los teóricos del encuadre coinciden en que la noción de *frame* o marco no se trata simplemente de palabras, enunciados e imágenes, es una forma de pensar, una forma de interpretar, una forma de actuar. Para Manuel Castells –parafraseando a George Lakoff– el marco “no es sólo palabras, aunque las palabras o las imágenes sean necesarias para construir el marco y comunicarlo” (2010, p. 218). Los marcos tienen la capacidad de conectar el mensaje periodístico con los marcos mentales o de la experiencia; a través de ellos el receptor de la información puede traducir el mensaje y generar una interpretación del mismo.

55

La principal premisa de la teoría del encuadre es que un tema o asunto puede ser visto desde una variedad de perspectivas y, según el tipo de enfoque con el que se le construya mediáticamente, tiene implicaciones en múltiples aspectos de la sociedad: valores, opiniones, conductas, sensaciones, etcétera. El encuadre se refiere al proceso mediante el cual las personas desarrollan una conceptualización particular de un tema o reorientan su pensamiento acerca del asunto. Para Entman (1993), como se mencionó anteriormente, el proceso de *encuadre* consiste en seleccionar algunos aspectos de la realidad percibida y hacerlos más prominentes en un texto comunicativo, de manera que promuevan definiciones particulares de los problemas, interpretaciones de las causas, evaluaciones morales y/o recomendaciones para el tratamiento del asunto descrito.²¹ Y es mediante ese proceso que Sádaba (2007) considera que el periodista contribuye a generar una imagen e interpretación determinada de lo que

²¹ *To frame is to select some aspects of apperceived reality and make them more salient in a communicating text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation for the item described.*

sucede en el mundo. Por su parte, Tankard (2001) sostiene que encuadrar un acontecimiento noticioso consiste en abordar un tema de una cierta perspectiva, fijar una agenda de atributos, seleccionar ciertas palabras clave para confeccionar el discurso, manipular la prominencia de ciertos atributos y elaborar una “idea organizadora central” para construir las noticias.

56

Por otro lado, para Reese (2001) los encuadres son principios organizativos que están socialmente compartidos y persisten en el tiempo, que trabajan en los significados simbólicos que estructuran el mundo social. Por último, Igartua y el grupo de académicos españoles que hacen este tipo de investigaciones (Igartua y Muñiz, 2004; Igartua, Muñiz y Otero, 2006; Igartua, Muñiz, Otero y De la Fuente, 2007), han determinado que el encuadre noticioso es el ángulo, enfoque, perspectiva o tratamiento de una información que se manifiesta en la elección, énfasis o importancia atribuida a los diferentes elementos y, en particular, la forma cómo covarían [sic] dichos elementos más o menos enfatizados en un texto.

DEFINICIÓN DE LAS FUNCIONES DEL ENCUADRE PERIODÍSTICO

La noción de *encuadre* adquirió el carácter de estrategia discursiva en el momento en que Robert Entman identificó las cuatro funciones básicas generalizadas que los constituyen: proporciona una definición particular del problema, da una interpretación de las causas, hacen una evaluación o juicio, y/o proponen una recomendación de tratamiento. En términos generales, para Entman los *frames* diagnostican, evalúan y prescriben los problemas o asuntos que abordan los medios informativos.

Los *frames*: a) definen los problemas, es decir, determinan el agente causal y los costos y beneficios implicados, usualmente medidos en términos de valores culturales comunes; b) diagnostican las causas, identificando las fuerzas que crean el problema; c) hacen juicios, morales o jurídicos, evaluando a los agentes causales y sus efectos; y d) sugieren remedios, ofertando y justificando el tratamiento de los problemas y

prediciendo posibles consecuencias. En ocasiones, una simple sentencia u oración puede contener más de una de las cuatro funciones del encuadre; en otras, muchas sentencias en un texto periodístico pueden no tener ninguna de ellas; y un encuadre en un texto particular no necesariamente incluye todas las funciones.

Las cuatro funciones del encuadre pueden identificarse en el análisis de los textos periodísticos recurriendo básicamente a la aplicación de una plantilla de preguntas al contenido, cuyas respuestas sean mutuamente excluyentes (1=Sí, 0=No); por ejemplo: a) ¿en el texto periodístico se define el problema o asunto principal, es decir, se dice qué ha sucedido?; b) ¿en el texto periodístico se enuncian las causas del problema o asunto, se dice por qué ha sucedido?; c) ¿en el texto periodístico se hace un juicio o valoración del problema o sus efectos, o se utilizan metáforas y adjetivos en la explicación?; y d) ¿en el texto periodístico se propone una posible solución o tratamiento del problema, o se predican consecuencias de la situación?

57

Por otro lado, si con la investigación se desea obtener resultados cualitativos o interpretativos, sería conveniente identificar las ideas clave relacionadas con cada una de las funciones del encuadre y sus posibles implicaciones en el contexto de enunciación y/o contexto socio-histórico. Para obtener esta dimensión del análisis bastaría con complementar las preguntas anteriores con otras cuestiones: a) ¿cómo se define el problema, cuáles son los efectos o qué idea general podemos relacionar con el tema?; b) ¿cuáles son las causas que originan el problema, quién es el responsable?; c) ¿cuáles son los valores o juicios relacionados con el problema?; y d) ¿cómo se propone una posible solución al problema?

TIPOLOGÍA DE LOS ENCUADRES PERIODÍSTICOS

El incremento de la popularidad del concepto de encuadre en el análisis de los medios se dio de la mano de una inconsistencia en su aplicación empírica. La generación de tipologías de los encuadres representó una

iniciativa para solventar la inconsistencia e integrar un modelo del proceso de encuadre que incluyera las perspectivas de la producción, el contenido y el uso de los medios.

58 Claus de Vreese propone una distinción de la investigación sobre los encuadres utilizados en las noticias de acuerdo a su grado de especificidad o generalidad de la información: *encuadres específicos*²² y *encuadres genéricos*. De acuerdo a De Vreese (2005), ciertos encuadres son sólo pertinentes para ciertos tópicos o acontecimientos específicos. Estos son los que podríamos considerar como *encuadres específicos* (p. 54). Mientras que otros trascienden las limitaciones temáticas y pueden ser identificados con relación a diferentes temas, algunos incluso a través del tiempo y en diferentes contextos culturales. Esta tipología sirve para organizar la investigación sobre el encuadre enfocándonos en las diferencias que ayudan a explicar el uso general del término.

Una aproximación *específica* para el estudio de los encuadres periodísticos permite profundizar en el nivel de especificidad y detalles relevantes para el acontecimiento o tema bajo investigación. Esta ventaja, sin embargo, es también una inherente desventaja. El alto grado de especificidad temática hace que el análisis de los *encuadres específicos* dificulte la generalización, la comparación y uso como evidencia empírica para la construcción teórica. Estudios sobre los *encuadres específicos* han analizado el tratamiento del terrorismo, la inmigración, las campañas políticas y otros temas de coyuntura política y social.

El grupo de estudios sobre los *encuadres genéricos* se enfoca en las características estructurales e inherentes de la práctica periodística profesional. Estos estudios vinculan los *encuadres periodísticos* a funciones más generales de la cobertura como los valores noticiosos, las normas y las convenciones periodísticas. La tipología de los *encuadres genéricos* más extendida en la investigación actual es la proporcionada por Valkenburg, Semetko y De Vreese (1999, p. 551), quienes distinguen cuatro tipos diferentes: a) *encuadre de conflicto*, por el énfasis en el conflicto entre las

²² En inglés el término original es *issue-specific frames*.

partes o los individuos; b) *encuadre de interés humano*, por el enfoque sobre un individuo como un ejemplo o por el énfasis en sentimientos u emociones; c) *encuadre de responsabilidad*, por la atribución de responsabilidad, de acreditación o de culpa de ciertas instituciones políticas o individuos; y d) *encuadre de consecuencias económicas*, por enfocarse en las consecuencias económicas para la sociedad. Estos *encuadres periodísticos genéricos* pueden ser encontrados en la cobertura de distintos temas, como ha sido demostrado por diversas investigaciones. Otros trabajos sobre los *encuadres genéricos* han demostrado que el uso de uno u otro tiene un impacto específico en la interpretación y definición de los acontecimientos o temas.

Por último, Iyengar y Simon (1993, p. 369) proponen distinguir los encuadres periodísticos según el tipo de información en *episódicos* y *temáticos*. “Los *encuadres episódicos* [cursivas añadidas] muestran los temas públicos en términos de casos concretos o eventos específicos”,²³ como pueden ser los siguientes casos: un trabajador desempleado, una víctima de discriminación racial, un atentado terrorista, un asesinato particular, un escándalo político, etcétera.

Los *encuadres periodísticos temáticos* abordan los asuntos públicos en un contexto general o abstracto, por ejemplo, las transformaciones en las oportunidades laborales, la defensa de los derechos humanos, las políticas contra el terrorismo, las acciones de prevención de la criminalidad, el seguimiento de la corrupción política, etcétera. La cuestión relevante para identificar estos dos tipos de encuadres podría ser si el texto informativo contextualiza o contiene argumentos explicativos del asunto abordado por los medios.

Actualmente el debate en la investigación sobre el encuadre se centra en la cuestión metodológica: en la elección entre enfoques cuantitativos o cualitativos, o en la combinación de ambos. Los métodos cuantitativos utilizan principalmente análisis de contenido y técnicas experimentales sobre las respuestas del público, y parten de la premisa de que es posible

²³ Traducción propia.

identificar de forma exhaustiva y medir con precisión todos los elementos de encuadre presentes en el discurso. Por otro lado, los cualitativos emplean el análisis del discurso, los grupos de discusión o las entrevistas, con lo que generan resultados más realistas y contextuales de los *frames*, pero caen en problemas de interpretación, complicada categorización o excesiva influencia del analista.

Los autores de la tendencia interpretativa están vinculados al constructivismo y al pensamiento crítico; exploran la composición de los *frames*, tanto mediáticos como personales, y el contexto sociocultural que los posibilita, lo que implica un importante *background* por parte de los analistas.

60

PROPUESTA DE ESTUDIO DE LOS ENCUADRES PERIODÍSTICOS

En este trabajo se pretende exponer una propuesta metodológica para el análisis de los *encuadres periodísticos* utilizados por la prensa de referencia en la cobertura del fenómeno del narcotráfico en México. La presente propuesta tiene básicamente dos objetivos principales: por un lado, contribuir al debate sobre la cobertura informativa de temas específicos, como es el del fenómeno del narcotráfico, enfocándonos en las estrategias adoptadas por los medios a la hora de informar sobre los acontecimientos, es decir, en el *cómo* informan. El otro objetivo es dar continuidad a la producción científica sobre el encuadre, proporcionando una propuesta metodológica concreta para el análisis de esta estrategia discursiva en la prensa mexicana para el caso particular de la cobertura del fenómeno del narcotráfico.

Se parte del supuesto que la prensa mexicana de referencia informa sobre el fenómeno del narcotráfico mediante un doble proceso de *encuadre* (*framing*) periodístico: por un lado, hace uso de *encuadres periodísticos genéricos* o encuadres generales interpretativos; y por el otro, ha configurado un *encuadre específico* para el asunto o tema del narcotráfico.

La hipótesis anterior implica, en primer lugar, identificar los encuadres periodísticos en la prensa mexicana de referencia, para lo cual se sugiere

seguir el modelo de las *funciones del encuadre* como lo propone Robert M. Entman (1993). Mediante el análisis de los ítems informativos se identifican y describen las cuatro funciones básicas del encuadre: definición del problema, atribución de causa, valoración moral o ideológica, y recomendación de tratamiento; identificando en cada una de ellas los enunciados clave:²⁴ conceptos, ideas o argumentos; y el tema o asunto con el que se le relaciona dentro del propio discurso periodístico.

Los *temas* representan el asunto de que se trata el discurso periodístico y explican la coherencia general de los textos noticiosos. Los temas son la “esencia” de lo que el discurso periodístico especialmente sugiere o considera más importante. Los usuarios de la prensa no son capaces de memorizar los detalles de cada texto noticioso y del discurso periodístico global, pero sí organizan mentalmente el sentido del texto en significados o temas globales, lo que Van Dijk (2003) denomina como las macroestructuras semánticas.

61

Los temas no pueden ser observados directamente, son inferidos del discurso periodístico —o asignados a él— por los usuarios de la prensa. No obstante, se expresan con bastante frecuencia en la dimensión formal del discurso, es decir, en la estructura de la noticia; por ejemplo, en el titular, en el encabezado, en el cuerpo de la noticia (oraciones y argumentos) y en la conclusión o cierre. Según Van Dijk (1990), en el discurso periodístico las macroestructuras semánticas se expresan explícitamente mediante los titulares y los encabezamientos de las noticias.

Esta primera fase de la investigación queda representada con la parrilla analítica de la Tabla 2.²⁵

²⁴ En el estudio de Pablo López (2010) se demuestra la importancia de la identificación de “ideas clave” relacionadas con cada una de las funciones del encuadre.

²⁵ Para esta fase de la investigación recupero parte de la propuesta metodológica de Pablo López Rabadán, disponible en su artículo sobre el análisis de la noción de “estrategia de encuadre”; los resultados de su trabajo justifican las categorías propuestas en este documento.

TABLA 2
Identificación de los encuadres periodísticos mediante sus funciones

PRIMERA FASE			
IDENTIFICACIÓN DE LOS ENCUADRES			
FUNCIONES DEL ENCUADRE	PRESENCIA DE LA FUNCIÓN DEL ENCUADRE	IDEA CLAVE VINCULADA A LA FUNCIÓN DEL ENCUADRE	MACROESTRUCTURA SEMÁNTICA O TEMA GENERAL
Definición del problema	Presente (1) No presente (0)	¿Cómo se define el problema, cuáles son los efectos o qué idea general podemos relacionar con el tema?	¿Cuál es el tema general del ítem noticioso?
Interpretación de las causas	Presente (1) No presente (0)	¿Cuáles son las causas que originan el problema? ¿A quién se le atribuye la responsabilidad del problema?	
Evaluación o valoración	Presente (1) No presente (0)	¿Cuál es la valoración (positiva, negativa, neutra, buena, mala) o juicios emitidos con respecto al problema?	
Recomendación de tratamiento	Presente (1) No presente (0)	¿Cómo se propone una posible solución del problema? ¿Qué predicciones sobre el problema se generan?	

62

La segunda fase metodológica consiste en identificar los encuadres periodísticos genéricos o encuadres generales interpretativos, recurriendo a la tipología consolidada de Valkenburg, Semetko y de Vreese (1999), quienes distinguen cuatro tipos de *encuadres genéricos*: conflicto, interés humano, atribución de responsabilidad y consecuencias económicas. Esta fase de la propuesta también se contempla la identificación de las ideas clave y las macroestructuras semánticas vinculadas con el tipo de encuadre utilizado.

En la primera y segunda fases de la investigación se adopta una postura epistemológica deductiva dado que se parte de definiciones *a priori* de los encuadres periodísticos. Para la tercera fase debemos partir de una perspectiva inductiva, debido a que serán los propios datos los que nos

TABLA 3
Identificación de encuadres periodísticos genéricos

SEGUNDA FASE			
USO DE ENCUADRES GENÉRICOS			
TIPOLOGÍA DE ENCUADRES	PRESENCIA DEL ENCUADRE	IDEA CLAVE VINCULADA CON EL TIPO DE ENCUADRE	MACROESTRUCTURA SEMÁNTICA O TEMA GENERAL
De conflicto	Presente (1) No presente (0)	Frase, enunciado, proposición o idea que ejemplifica este tipo de encuadre	¿Cuál es el tema general del ítem noticioso?
De interés humano	Presente (1) No presente (0)	Frase, enunciado, proposición o idea que ejemplifica este tipo de encuadre	
De atribución de responsabilidad	Presente (1) No presente (0)	Frase, enunciado, proposición o idea que ejemplifica este tipo de encuadre	
De consecuencias económicas	Presente (1) No presente (0)	Frase, enunciado, proposición o idea que ejemplifica este tipo de encuadre	

permitan caracterizar el encuadre específico que ha utilizado la prensa mexicana de referencia para informar sobre el fenómeno del narcotráfico. A pesar de carecer de referencias empíricas respecto a las características específicas de este tipo de encuadre, en principio compartimos la observación de María Elena Hernández y Frida Rodelo (2010), quienes distinguen dos fases o etapas particulares en la cobertura mediática del fenómeno del narcotráfico: primero, una de tipo nota roja; segundo, una de tipo cobertura de guerra. Estas son hipotéticamente algunas de las características particulares que el encuadre periodístico dio al fenómeno del narcotráfico, pero se espera que con la investigación afloren otras.

Para esta fase de la investigación se propone como categoría el análisis de las metáforas conceptuales utilizadas en el encuadre discursivo de las noticias sobre el narcotráfico. La metáfora es una estrategia que consiste

en explicar un término o idea particular con relación o identificación a otro proveniente de distinto campo semántico. El uso de metáforas permite la comprensión de una idea o concepto mediante asociaciones, analogías o diferencias con distintos fenómenos de la realidad. George Lakoff (2007) ha dedicado gran parte de su investigación al análisis de las metáforas en el lenguaje y sus efectos pragmáticos y cognitivos. En un estudio sobre el uso de la metáfora de la “guerra” del Golfo Pérsico, el autor demuestra cómo el gobierno y la prensa estadounidense pudieron convencer a sus ciudadanos de la operación militar en Irak, a pesar de las evidencias empíricas en su contra. En una reciente investigación, Gurova (2011) identifica las distintas concepciones metafóricas de la “guerra” en el discurso periodístico sobre la invasión a Irak.

El objetivo de la tercera fase de la investigación consiste en identificar el uso metafórico de la noción “guerra” en la cobertura del narcotráfico, básicamente contestando a la pregunta, ¿cómo se concibe, metafóricamente, la “guerra contra el narco” en el discurso periodístico? También se propone identificar las ideas clave que ejemplifiquen los distintos tipos de uso metafórico de la noción y el tema general de lo que trata el texto noticioso.

TABLA 4

Identificación del encuadre específico en la cobertura del narcotráfico

TERCERA FASE ENCUADRE ESPECÍFICO DE LA “GUERRA CONTRA EL NARCO”		
USO METAFÓRICO DEL TÉRMINO “GUERRA”	IDEA CLAVE VINCULADA CON EL TIPO DE METÁFORA	MACROESTRUCTURA SEMÁNTICA O TEMA GENERAL
¿Con relación a qué otros términos o ideas se relaciona la noción de “guerra” contra el narcotráfico?	Frase, enunciado, proposición o idea que ejemplifica este tipo de encuadre	¿Cuál es el tema general del ítem noticioso?

En síntesis, la propuesta metodológica para el estudio de los encuadres periodísticos en la cobertura del fenómeno del narcotráfico en la prensa mexicana de referencia presentada en este artículo, sugiere tres fases en

la investigación. La primera corresponde a la identificación de los encuadres a partir de sus *funciones*, la segunda da cuenta de los encuadres utilizados de acuerdo a una *tipología* consolidada, y la tercera implica la inferencia de un *encuadre específico* a partir de la *metáfora* de la “guerra”. En su conjunto, las tres fases constituyen la matriz metodológica de la investigación.

DISEÑO DE LA MUESTRA DE ANÁLISIS

Respecto a la aplicación de la matriz metodológica, el primer paso es la selección de la muestra de análisis y sus unidades, el cual depende de los objetivos particulares de la investigación. En este caso la propuesta está orientada al análisis de los encuadres en la cobertura periodística del fenómeno del narcotráfico, enfocándonos en un medio de comunicación particular: la prensa de referencia.

65

Eva Salgado (2009, p. 91) considera que la construcción de un *corpus* confiable no debe ser un ejercicio aleatorio o improvisado, sino que presupone un proceso de reflexión y decisión que debe apoyarse en criterios firmes y fundamentados. En razón de los objetivos planteados en este documento, para una posible investigación de los encuadres periodísticos en la cobertura del narcotráfico, se proponen como criterios de selección de los rotativos los aspectos ilustrados en la Tabla 5.

TABLA 5
Características básicas de la prensa de referencia

Amplia cobertura temática.
Penetración a nivel nacional.
Reconocida identificación de la línea editorial del medio informativo (conservador, progresista, crítico, de izquierda, de derecha, liberal, etcétera).
Reconocimiento de la importancia o relevancia del medio para la sociedad nacional.
Presencia en formatos digitales (internet, RSS, etcétera).
Importante tráfico en los portales de internet de los respectivos periódicos.

Estos criterios posibilitan dos dimensiones de análisis. Por un lado, se puede optar por la aplicación de la matriz metodológica a un único rotativo. Por el otro, se puede hacer una elección de varios periódicos que cumplan estas características, lo que posibilita la comparación de los resultados obtenidos de manera aislada o la interpretación de los datos generalizando los resultados a los diarios que componen la muestra.

66

Con respecto a la extensión temporal del *corpus* de análisis, en el caso del estudio de los encuadres específicos utilizados en la cobertura del fenómeno del narcotráfico, se propone el inicio de la estrategia federal de combate a la delincuencia organizada, denominada como la “Guerra contra el narcotráfico”, cuyo inicio formal se dio el 11 de diciembre de 2006 con la puesta en marcha del Operativo Conjunto Michoacán. La revisión exhaustiva de este periodo de tiempo necesita la aplicación de otro filtro que permita reducir la muestra sin afectar la detección de tendencias estructurales generalizadas en la cobertura del fenómeno del narcotráfico. Para ello se propone recurrir a la selección *a priori* de acontecimientos relevantes en la historia de la estrategia federal.

Los medios impresos especializados como *Proceso*, *Reporte Índigo*, *Nexos* y *Zeta*, así como los reportajes especiales sobre la cronología de la “guerra contra el narco” proporcionan indicios sobre los acontecimientos “más relevantes” en este periodo de tiempo. Después de su revisión se detectaron asuntos o temas importantes que se describen en la Tabla 6.

Para la conformación del *corpus* de análisis se propone seleccionar al menos un reportaje o artículo a profundidad publicado en los periódicos de referencia de cada uno de los 26 acontecimientos “relevantes” detectados en la historia de la “Guerra contra el narcotráfico”. El reportaje o artículo a profundidad es un género periodístico que se caracteriza por la narración de los sucesos o hechos desde una perspectiva analítica y contextualizada, producto de una investigación.

La cantidad de unidades de análisis que conformarán el *corpus* de la investigación también dependen de los objetivos de la misma. En nuestra opinión, dicho *corpus* debe ser lo suficientemente representativo de la cobertura informativa del fenómeno del narcotráfico para identificar

TABLA 6

Cronología de eventos relevantes en la “Guerra contra el narcotráfico”

CRONOLOGÍA DE LA “GUERRA CONTRA EL NARCOTRÁFICO”	
TEMPORALIDAD	ACONTECIMIENTOS RELEVANTES
Dic 2006 – Nov 2007	<ul style="list-style-type: none"> (a) Militarización del país: operativos conjuntos en Michoacán, Ciudad Juárez, Tijuana; la figura presidencial con uniforme militar. (b) Decomisos: 205.6 millones de dólares propiedad de Zhenli Ye Gon. (c) Extradiciones: 11 capos, entre ellos Osiel Cárdenas Guillén. (d) Narco-cumbre: el pacto entre los narcos.
Dic 2007 – Nov 2008	<ul style="list-style-type: none"> (e) Cooperación internacional: el gobierno de Estados Unidos promete ayuda por 1 400 millones de dólares para la lucha antidrogas; Iniciativa Mérida. (f) Detenciones 1: Alfredo Beltrán Leyva, Eduardo Arellano Félix. (g) La lucha por el territorio: <i>El Chapo</i> contra Beltrán Leyva y otros cárteles. (h) Los cárteles contra el gobierno: asesinato de elementos de la AFI, PFP y militares (Edgar Millán). (i) Las ejecuciones: más de 100 ejecutados en la semana del 3 al 9 de mayo, más de 200 asesinatos en la última semana de noviembre. (j) <i>Los Zetas</i>: el otro ejército. (k) Ciudad Juárez y Tijuana: las ciudades más violentas del país. (l) Operación Limpieza: la infiltración del narco en las instituciones de seguridad. (m) Las mujeres del narco: el caso de <i>La Reina del Pacífico</i> y <i>Miss Sinaloa</i>.
Dic 2008 – Nov 2009	<ul style="list-style-type: none"> (n) Las protestas contra la militarización: marchas en Monterrey. (o) La Familia Michoacana: el imperio de un cártel. (p) Funcionarios coludidos: operativo contra alcaldes y funcionarios de Michoacán. (q) Detenciones 2: Vicente Zambada Niebla, Vicente Carrillo Leyva, Arnoldo Rueda Medina, Sergio Villarreal Barragán. (r) Arturo Beltrán Leyva: el operativo en Cuernavaca. (s) Los jóvenes sicarios: el caso de <i>El Ponchis</i>.
Dic 2009 – Nov 2010	<ul style="list-style-type: none"> (t) Los migrantes: 72 cuerpos en San Fernando, Tamaulipas. (u) Las narcofosas: más de 190 cuerpos encontrados en San Fernando, Tamaulipas. (v) Narcoterrorismo: explosión de un coche-bomba en Ciudad Juárez, granadas lanzadas en Morelia durante el Grito de Independencia. (w) Violencia desbordada: la militarización de Juárez, las manifestaciones en Monterrey. (x) Daños colaterales: jóvenes estudiantes asesinados en Monterrey, familias asesinadas en retenes, asesinatos en Chihuahua. (y) La guerra de los cárteles contra <i>Los Zetas</i>. (z) Detenciones 3: Edgar Valdez Villarreal <i>La Barbie</i>.

tendencias estructurales y poder hacer generalizaciones en el uso de los encuadres periodísticos en la prensa de referencia, con base en los resultados obtenidos.

CONSIDERACIONES FINALES SOBRE LA PROPUESTA METODOLÓGICA PARA EL ANÁLISIS DE LOS ENCUADRES PERIODÍSTICOS

68

El principal objetivo del presente artículo ha sido presentar una metodología para el análisis de los encuadres periodísticos utilizados en la cobertura noticiosa del fenómeno del narcotráfico por parte de la prensa mexicana de referencia, así como la discusión conceptual de los postulados de la teoría del encuadre en los estudios de comunicación.

La propuesta metodológica expuesta tiene el objetivo de alimentar la reflexión y discusión en los lectores, en torno a las bondades de la teoría del encuadre en el análisis de la cobertura informativa. Queda pendiente su aplicación a los casos empíricos, lo cual se está realizando como parte de un proyecto de investigación del autor, cuyos resultados serán socializados en próximas publicaciones. A pesar de la deficiencia que ello pueda representar, consideramos que la propuesta metodológica que se ofrece en este documento es suficientemente coherente con relación a las referencias bibliográficas y propuestas metodológicas identificadas en las investigaciones sobre los encuadres periodísticos (ej. Norris, Kern y Just, 2003; Igartua *et al.* 2006 y 2007; Entman, 1993; López, 2010). La ausencia de estudios similares para el caso de la cobertura del narcotráfico representó un arduo proceso de reflexión para la configuración de un método que sirva para el caso particular, mismo que no está exento de correcciones y críticas.

Como propuesta metodológica para el análisis de los encuadres periodísticos, se cumplirán nuestras expectativas y se justificará su elaboración si este escrito propicia el inicio de una serie de discusiones e investigaciones sobre el estudio de los encuadres en la investigación nacional en comunicación. El fenómeno del narcotráfico no es el único ni el más importante de los temas abordados por los medios informati-

vos, que merecen un análisis desde la perspectiva de los encuadres; para este caso partimos del supuesto de la utilización de un doble proceso de encuadramiento: el uso de tipologías de encuadre y la configuración de un encuadre específico. Que sea esta propuesta un incentivo para la consolidación de esta especialidad en los estudios mexicanos del campo de la comunicación.

BIBLIOGRAFÍA

- Abundis, F. (2007). Los medios de comunicación en México. *Revista AMAI*, 13, 42-45.
- Bryant, J. y Miron, D. (2004). Theory and Research in Mass Communication. *Journal of Communication*, 54(4), 662-704.
- Castells, M. (2010). *Comunicación y Poder*. Madrid: Alianza.
- Chihu, A. (2005). El “análisis de los marcos” en el discurso de los candidatos a jefe de Gobierno en el Distrito Federal en 1997. *Comunicación y Sociedad*, 4, 67-91.
- (2006a). El discurso del EZNL desde la perspectiva del *frame analysis*. *El Cotidiano*, 21(137), 62-73.
- (2006b). El “análisis de los marcos” en el discurso de Bush (septiembre 11 de 2001). *Comunicación y Sociedad*, 6, 159-181.
- y López, A. (2004). El “análisis de los marcos” en la obra de William Gamson. *Estudios sociológicos*, 22(65), 435-460.
- Chong, D. y Druckman, J.N. (2007). Framing Theory. *Annual Review of Political Science*, 10, 103-126.
- Consulta Mitofsky (2010). Confianza en las instituciones. Recuperado de [<http://bit.ly/LspJKT>], fecha de consulta: 6 de noviembre de 2010.
- De Vreese, C.H. (2005). News framing: Theory and tipology. *Information Design Journal + Document Desing*, 13(1), 51-62.
- Entman, R. (1993). Framing: toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.
- (2010). Media framing biases and political power: Explaing slant in news of Campaing 2008. *Journalism*, 11(4), 389-408.
- Gans, H.J. (2004) [1979]. *Deciding what's news. A study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. Evanston, IL: Northwestern University Press.

- Gomis, L. (1991). *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. Barcelona: Paidós.
- Gurova, N. (2011). *La narración política en la prensa angloparlante*. La Habana: Instituto de Literatura y Lingüística.
- Hernández, M.E. (2010). *El periodismo mexicano en estado de emergencia: hacia el debate necesario*. Guadalajara: Sin Publicar.
- y Rodelo, F.V. (2010). Dilemas del periodismo mexicano en la cobertura de “la guerra contra el narcotráfico”: ¿periodismo de guerra o de nota roja? En Z. Rodríguez (Coord.), *Entretejidos comunicacionales. Aproximaciones a objetos y campos de la comunicación*. Guadalajara: CUCSH, Universidad de Guadalajara.
- Igartua, J.J. y Muñiz, C. (2004). Encuadres noticiosos e inmigración. Un análisis de contenido de la prensa y la televisión española. *ZER, Revista de estudios de comunicación*, 9(16), 87-104.
- Igartua, J.J., Muñiz, C. y Otero, J.A. (2006). El tratamiento informativo de la inmigración en la prensa y la televisión española. Una aproximación empírica desde la teoría del *framing*. *Global Media Journal*, 3(5). Recuperado de [<http://bit.ly/K0PtPy>].
- Igartua, J.J., Muñiz, C., Otero, J.A. y De la Fuente, M. (2007). El tratamiento informativo de la inmigración en los medios de comunicación españoles. Un análisis de contenido desde la Teoría del *Framing*. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 13, 91-110.
- Iyengar, S. y Simon, A. (1993). News Coverage of the Gulf Crisis and Public Opinion: A Study of Agenda-Setting, Priming, and Framing. *Communication Research*, 20(3), 365-383.
- Jiménez, S.J., González, M. y Velez, J. (2010). Va el Ejército contra el narco en Michoacán. *ElUniversal.com.mx*. Recuperado de [<http://bit.ly/LsuJ28>].
- Lakoff, G. (2007). *No pienses en un elefante. Lenguaje y debate político*. Madrid: Complutense.
- y Johnson, M. (1995). *Metáforas de la vida cotidiana*. Madrid: Cátedra.
- Lecaros, M.J. (2011). Contenido y conclusiones de la Comisión Hutchins. *Infoamérica.org*. Recuperado de [<http://bit.ly/JGBFuk>], fecha de consulta: 25 de agosto de 2011.
- Lippmann, W. (1922). Public Opinion. Recuperado de [<http://bit.ly/KObafN>], fecha de consulta: 2 de octubre de 2010.

- López, P. (2010). Nuevas vías para el estudio del *framing* periodístico. La noción de estrategia de encuadre. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 16, 235-258.
- McCombs, M. (1996). Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo. En J. Bryant y D. Zillmann (Comps.), *Los efectos de los medios de comunicación: investigaciones y teorías*. Barcelona: Paidós.
- (2010). The Agenda-Setting Role of the Mass Media in the Shaping of Public Opinion. Recuperado de [<http://bit.ly/LJaUi>], fecha de consulta: 25 de febrero de 2011.
- y Evatt, D. (1995). Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la *agenda-setting*. *Comunicación y Sociedad*, 8(1), 7-32.
- Muñiz, C. (2011). Encuadres noticiosos sobre la migración en la prensa digital mexicana. Un análisis de contenido exploratorio desde la Teoría del *Framing*. *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*, 18(55), 213-239.
- , Igartua, J.J., De La Fuente, J.M. y Otero, J.A. (2009). Narrando la inmigración: análisis del tratamiento informativo y evaluación de los efectos de las noticias en España. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 51(207), 117-135.
- Norris, P., Kern, M. y Just, M. (2003). Framing terrorist. En P. Norris, M. Kern y M. Just (Eds.), *Framing terrorism. The news media, the government and the public*. Nueva York/Londres: Routledge.
- Reese, S. (2001). Prologue. Framing public life. A bridging model for media research. En S. Reese, O. Gandy y A. Grant (Eds.), *Framing Public Life: Perspectives on media and our understanding of the social world*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- (2007). The framing project: a bridging model for media research revisited. *Journal of Communication*, 57, 148-154.
- Sabre, M.E. (2011). El encuadre como factor de eficacia persuasiva en los mensajes de las ONG destinadas a recaudar dinero. *Global Media Journal*, 8(15), 17-41.
- Sádaba, T. (2001). Origen, aplicación y límites de la “teoría del encuadre” (*framing*) en comunicación. *Comunicación y sociedad*, 14(2), 143-175.
- (2007). *Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo-medios*. Buenos Aires: La Crujía.
- Salgado, E. (2009). *¿Qué dicen los periódicos? Reflexiones y propuestas para el análisis de la prensa escrita*. México: Publicaciones de la Casa Chata.

- 72 Scheufele, D.A. (1999). Framing as a Theory of Media Effects. *Journal of Communication*, 49(1), 103-122.
- Sorribas, P.M. y Brussino, S.A. (2011). Mediaciones que visibilizan la conflictividad y la acción colectiva de los asalariados. Un abordaje cuantitativo y cualitativo desde el *framing*. *Global Media Journal*, 8(15), 66-97.
- Tankard, J.W. (2001). The Empirical Approach to the Study of Media Framing. En S. Reese, O. Gandy y A. Grant (Eds.), *Framing Public Life: Perspectives on media and our understanding of the social world*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Tuchmann, G. (1983). *La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad*. México: Gustavo Gili.
- Valkenburg, P.M., Semetko, H.A. y De Vreese, C.H. (1999). The effects of news frames on readers' thoughts and recall. *Communication Research*, 26(5), 550-569.
- Van Dijk, T. (1990). *La noticia como discurso*. Barcelona: Paidós.
- (2003). La multidisciplinariedad del análisis crítico del discurso: un alegato en favor de la diversidad. En R. Wodak y M. Meyer, *Métodos de análisis crítico del discurso*. Barcelona: Gedisa.
- Velázquez, J.M. (2011). *Ausencias y emergencias de lo público/ciudadano en noticieros televisivos y movimientos sociales. Un acercamiento desde la perspectiva del "communicative framing"*. Tesis doctoral. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, Guadalajara.
- Vicente, M. y López, P. (2009). Resultados actuales de la investigación sobre *framing*: sólido avance internacional y arranque de la especialidad en España. *Zer. Revista de estudios de comunicación*, 14(26), 13-34.
- Weaver, D.H. (2007). Thoughts on Agenda Setting, Framing and Priming. *Journal of Communication*, 57, 42-147.
- Zamora, R. y Marín, J.A. (2010). La representación simbólica del escándalo político. Hacia una tipología de los marcos periodísticos (*frames*) utilizados en la narración del escándalo de corrupción política. *Razón y Palabra*, 15(73). Recuperado de [http://bit.ly/KvoIzR].

Los autores de este número

JUAN CARLOS COLÍN VAUGHAN

125

Maestrante del programa de posgrado “Planificación y gestión del periodismo” en la Universidad de Buenos Aires. Como parte de su tesis, investiga los perfiles y valores profesionales de periodistas deportivos en México. Ha colaborado en distintos medios como el diario *Publímetro*, el portal Eje Central y la revista *Soccermania*. También ha colaborado en proyectos de investigación referentes al deporte dentro del Departamento de Comunicación de la Universidad Iberoamericana, Ciudad de México.
jcolinv@hotmail.com

FERNANDO GUTIÉRREZ ATALA

Doctor en Ciencias de la Información por la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, España. Académico del Departamento de Información y Lenguaje Periodístico en Escuela de Periodismo de la Universidad Católica de la Santísima Concepción (UCSC), Concepción, Chile. Director del Magíster en Comunicación Creativa, mención Comunicación Estratégica y Mención en Producción Audiovisual y Multimedia UCSC y Director de la Editorial UCSC.
fgutierrez@ucsc.cl

RADAMANTO PORTILLA TINAJERO

Antropólogo social de formación, estudia la Maestría en Ciencias Sociales en la Universidad de Guadalajara donde realiza una investigación sobre los encuadres periodísticos en la cobertura del fenómeno del narcotráfico. Interesado por el estudio de los medios de comunicación, la cobertura noticiosa de la violencia, la inseguridad, el crimen organizado y los efectos pragmáticos y cognitivos de los mensajes mediáticos. Ha participado en congresos internacionales con la exposición de avances de investigación sobre coberturas del narcotráfico.
anthropomex@gmail.com

126

RAQUEL SAED GREGO

Es socióloga y maestra en comunicación por la Universidad Iberoamericana. Es maestrante en Estudios México-Estados Unidos por la Universidad Nacional Autónoma de México. Su principal interés está en el estudio y análisis de los medios de comunicación estadounidenses. Es profesora de asignatura en la Universidad Iberoamericana. Tiene estudios previos de arquitectura, campo en el que en ocasiones se desempeña.
raquelsz@yahoo.com

LUCANO ROMERO

Licenciado en Comunicación, periodista, locutor y productor de radio. Egresado del Instituto de Estudios Superiores de la Sierra, plantel Teziutlán, Puebla. Diplomado en Comunicación y Administración Pública por la Escuela de Comunicación y Ciencias Humanas, de Puebla. Becario del Programa “Prensa y Democracia” de la Universidad Iberoamericana, en otoño de 2011, en donde ganó el primer lugar entre proyectos de caso sobre análisis y prácticas de periodismo. Por su trabajo periodístico en materia de Derechos Humanos y Salud a través de la radio, ha obtenido diferentes premios y reconocimientos, entre los más recientes: el premio de reportaje radiofónico en la octava Bienal Internacional de Radio 2010, el Premio Nacional de Periodismo “Rostros de la Discriminación” 2009, el Premio Nacional de Documental Radiofónico 2008 “Voces, Cámara... Democracia”, y tres veces ganador del Premio Estatal de Periodismo “Mujer e Imagen en los medios” del Gobierno del Estado de Puebla.
superstarlion@gmail.com

MÓNICA LUENGAS RESTREPO

Tiene estudios de Maestría en Comunicación en la Universidad Iberoamericana y de licenciatura en Ciencias de la Comunicación en la Universidad Rafael Landívar (Guatemala). Trabajó como periodista cultural y política en Guatemala, en *el Periódico* y en su suplemento cultural *El Acordeón*, además de colaborar con otros medios y publicaciones. Actualmente trabaja como académica de tiempo completo en la Universidad Iberoamericana, Ciudad de México. Sus temas de investigación incluyen publicaciones sobre periodismo, sistemas mediáticos y la relación entre medios y violencia.
monica.luengas@ibero.mx