

Teresa Sádaba

Framing: el encuadre de las noticias

El binomio terrorismo-medios

Este material es para uso de la Universidad Nacional de Quilmes, sus fines son exclusivamente didácticos. Prohibida su reproducción parcial o total sin permiso escrito de la editorial.



La Cruzía
ediciones

Framing: el encuadre de las noticias

El binomio terrorismo-medios

**Este material es para uso de la Universidad Nacional de Quilmes, sus fines son exclusivamente didácticos.
Prohibida su reproducción parcial o total sin permiso escrito de la editorial.**

inclusiones: **categorías**



Teresa Sádaba

Framing: el encuadre de las noticias

El binomio terrorismo-medios

La Crujía
ediciones

Sádaba, Teresa

Framing : el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo-medios - 1a ed. - Buenos Aires : La Crujía, 2007. 320 p. ; 20x14 cm.

ISBN 978-987-601-028-3

1. Analisis Periodístico-Metodología. I. Título

CDD 070.401

Director de la colección Inclusiones
Damián Fernández Pedemonte

Primera edición: febrero de 2008

La Crujía Ediciones

Tucumán 1999 - C1050AAM

Buenos Aires - Argentina

Tel/fax: (54 11) 4375-0664/0376

E-mail: editorial@lacrujialibros.com.ar

Corrección:

Sergio García

Diseño de interior y de tapa:

Ana Uranga B.

ISBN: 978-987-601-028-3

Impreso en Argentina



La reproducción total o parcial de esta obra por cualquier procedimiento, incluidos la reprografía y el tratamiento informático, así como la distribución de ejemplares mediante alquiler o préstamo, quedan rigurosamente prohibidas sin la autorización escrita del editor y estarán sometidas a las sanciones establecidas por la ley 11.723. Quien fotocopia un libro comete un robo y daña el circuito de circulación de los productos culturales

ÍNDICE

Presentación	9
Introducción.....	13
I. EL ORIGEN DE LA TEORÍA DEL <i>FRAMING</i>	23
1. Parámetros de investigación: la ciencia social interpretativa	24
1.1. El interaccionismo de la Escuela de Chicago	26
1.2. La fenomenología.....	27
1.3. La etnometodología.....	29
2. El origen del concepto <i>framing</i>	30
2.1. Psicología: la aportación de Gregory Bateson	30
2.2. Sociología: la aportación de Erving Goffman	32
3. Los <i>frames</i> en la investigación de los movimientos sociales	36
3.1. La movilización colectiva	40
3.2. Los marcos de acción colectiva	42
CASO I. Movilizaciones ciudadanas y terrorismo	50
II. EL ÉXITO DEL <i>FRAMING</i> EN LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN	55
1. Ubicación de la teoría del <i>framing</i> en la teoría de la comunicación	57

1.1. La objetividad como práctica e ideal informativo.....	57	
CASO II.		
Objetividad en las informaciones sobre terrorismo. El uso del lenguaje.....	64	
1.2. El <i>framing</i> como respuesta a las pretensiones objetivistas	67	
1.3. La relación entre el concepto <i>frame</i> y el concepto “agenda”	73	
1.3.1. <i>Framing</i> y el establecimiento de una jerarquía de cogniciones: <i>agenda-setting</i>	76	
1.3.2. <i>Framing</i> y construcción de contenido en las informaciones: <i>agenda building</i>	80	
2. El empleo de la teoría del <i>framing</i> en la teoría de la comunicación	84	
2.1. La propuesta de Gaye Tuchman	86	
2.2. El desarrollo de la teoría del <i>framing</i>	92	
CASO III.		
Cobertura del terrorismo, tipologías de <i>frames</i>	106	
III. LA DIMENSIÓN CULTURAL DEL <i>FRAMING</i>		113
1. El origen de la corriente simbólica del <i>framing</i> : el interaccionismo	116	
1.1. El interaccionismo simbólico	117	
1.1.1. George Herbert Mead: la interacción y el <i>self</i>	123	
1.1.2. Herbert Blumer: la interacción y el significado .	126	
1.1.3. El símbolo en el interaccionismo simbólico	134	
1.2. La interacción en Alfred Schutz.....	139	
2. Del interaccionismo a la transacción comunicativa.....	143	
3. Los símbolos en la teoría del <i>framing</i> : las resonancias culturales	149	

CASO IV
Resonancias culturales del 11-S en España 155

IV. LA DIMENSIÓN REPRESENTATIVA
DEL *FRAMING* 163

1. El referente externo en el símbolo..... 164

2. La Teoría de la Representación 181

3. La representación en los medios de comunicación 186

4. De la representación a la transacción comunicativa 190

 4.1. El espacio mediático 198

 4.2. El tiempo mediático..... 202

CASO V
Cobertura del 11-M 204

5. Los medios de comunicación desde
la perspectiva simbólica del *framing* 208

6. Respuesta a Lakoff desde la perspectiva
simbólica del framing 218

V. CUATRO PROPOSICIONES PARA ENTENDER
LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN
DESDE LA PERSPECTIVA SIMBÓLICA DE
LA TEORÍA DEL *FRAMING* 225

PROPOSICIÓN 1.
Respecto del periodista 225

PROPOSICIÓN 2.
Respecto de las rutinas profesionales 227

PROPOSICIÓN 3.
Respecto de la organización del medio 230

PROPOSICIÓN 4.
Respecto del contenido de los medios..... 233

BIBLIOGRAFÍA 237

**Este material es para uso de la Universidad Nacional de Quilmes, sus fines son exclusivamente didácticos.
Prohibida su reproducción parcial o total sin permiso escrito de la editorial.**

PRESENTACIÓN

La idea del encuadre o *framing* de los temas y, por consiguiente, de las noticias, no constituye una novedad. En el capítulo V de su obra *Public Opinion and Popular Government*, publicada originalmente en 1913, Abbott Lawrence Lowell que –aparte de ser el Presidente de la Universidad de Harvard– había estudiado con gran atención el funcionamiento de los partidos políticos, escribió que éstos encuadran (*frame*) los temas acerca de los que los ciudadanos están llamados a dar una opinión, o presentan a los candidatos entre los han de elegir los ciudadanos. Estas ideas de Lowell constituyen un ejemplo temprano del interés académico en los procesos que hoy llamamos de *agenda-building*. En palabras de Lowell, parece que la función esencial de los partidos en cualquier democracia, “y la verdadera razón de su existencia, es centrar la opinión pública en un punto y enmarcar los asuntos (*framing the issues*) para el veredicto popular” (p. 70).

Aunque a la popularización reciente de esta idea quizás ha contribuido –como observa la autora de este libro– George Lakoff, con su libro *Don't Think of an Elephant* (2004), que atribuyó el fracaso electoral de los demócratas en las elecciones estadounidenses del año 2004 a un mal uso del *framing*, la noción formaba ya parte del repertorio de varios campos de conocimiento. Hasta la psicoterapia cognitiva recurre a ella, al proponer como una vía de curación o alivio el *reframing*. Precisamente por eso Teresa Sádaba ha escrito este

libro, para clarificar el concepto, especialmente cuando se usa en el dominio de la comunicación.

Ciertamente, en el presente, el tema del *framing* pasa por un momento de auge en el ámbito de la investigación periodística y de la comunicación. Y, como suele suceder cuando se populariza una noción aparentemente nueva, los interesados en la materia debaten hasta encontrar un acomodo para las nuevas ideas y para los términos que las expresan. Los autores de estas líneas están convencidos de que en nuestro campo de estudio, los avances, más que en forma de descubrimientos extraordinarios, se producen siguiendo un *principio de parsimonia*, es decir, acumulando pequeños y constantes progresos que impulsan hacia delante todo el frente del saber. Este proceso implica un análisis crítico de las nuevas ideas, para descubrir en qué radican su novedad y su valor. Teresa Sádaba, en este libro, se ocupa –por decirlo de una manera casi metafórica– del *framing* del *framing*, presentando los diversos *frames* del *framing*, para optar finalmente por uno de ellos.

La atención que los autores de este prólogo han prestado a la teoría de los efectos de *agenda-setting* de los medios de comunicación les predispuso para interesarse vivamente por la teoría del *framing*. De hecho, cuando McCombs y Shaw publicaron su estudio “inaugural” en 1972, seguían una inspiración de Walter Lippmann, cuya noción de *estereotipo* encaja muy bien en los estudios de *framing*: a fin de cuentas el estereotipo, en este contexto, es una estructura mental que predisponer a ver, antes incluso de mirar. Pero el desarrollo de la teoría de la *agenda-setting* en su segundo nivel, es decir al nivel de los efectos respecto de la agenda de atributos, rasgos o características, mostró aún más claramente la complementariedad de ambos enfoques, como se ha señalado repetidamente en la bibliografía.

La noción de *framing*, familiar en varios campos del saber, se aplica en ocasiones a un encuadre concreto, tal como muestra el análisis de contenido de los medios de comunicación, y otras al proceso del *framing*, a los orígenes de los *frames* o a su difusión entre el público; e incluso, en otras ocasiones, se usa para tratar los estilos de presentación de mensajes, más que el contenido y el significado. Esta última acepción se relaciona estrechamente con los orígenes de

la expresión *framing* en el campo de la fotografía y de la cinematografía, ámbito en que el *frame* suele aplicarse al ángulo de la cámara y a la perspectiva en el modo de presentar los mensajes visuales. El título de esta obra de Teresa Sádaba subraya la metáfora fotográfica. Con todo, la variedad de usos de las expresiones *frame* y *framing* requieren una clarificación a la que contribuirá sin duda esta obra.

Tankard et al. concibieron el *framing* de los medios de comunicación como “la idea central organizadora del contenido noticioso, que proporciona un contexto, y sugiere en qué consiste el asunto, mediante la selección, el énfasis, la exclusión y la elaboración”. Y Entman ha escrito que “encuadrar es seleccionar algunos aspectos de una realidad percibida, y hacerlos más prominentes, en un texto que se comunica, de modo que se promueve una definición particular del problema, una interpretación causal, una valoración moral y/o una recomendación para el tratamiento del ítem que se describe” (la cursiva está en el original). Estas concepciones vienen a poner de relieve el carácter de *gestalt* de los *frames*, que se presenta como una perspectiva dominante propuesta por los medios de comunicación. Teresa Sádaba va más allá, al situar los *frames* –y al considerar su posible éxito o eficacia– en un contexto simbólico en el que se combinan las resonancias culturales, las actividades de promoción y las pautas, rutinas y normas periodísticas. Y en este sentido aporta un nuevo encuadre del *framing*, recordándonos que esos pequeños avances, según el principio de parsimonia, se engarzan en un panorama general: cada nuevo árbol engrandece el bosque, pero no debe taparlo. Este es un libro que debería leerse.

Esteban López-Escobar (Universidad de Navarra, España;
presidente de la WAPOR 2005-2006)

Maxwell McCombs (Texas University, Austin; presidente de la
WAPOR 1997-1998)

**Este material es para uso de la Universidad Nacional de Quilmes, sus fines son exclusivamente didácticos.
Prohibida su reproducción parcial o total sin permiso escrito de la editorial.**

INTRODUCCIÓN

George Lakoff, en su exitoso libro *Don't Think of an Elephant*, afirma que el Partido Demócrata perdió las últimas elecciones presidenciales en Estados Unidos por un mal uso del *framing*. El ejemplo del *frame* “guerra contra el terrorismo” que utilizó la administración Bush aportaba claves interpretativas que consiguieron calar hondo entre los ciudadanos y constituyeron parte de su victoria. El cambio social del país, concluye Lakoff, pasa inevitablemente por un cambio adecuado de *frames*.

Pero ¿qué es el *framing*?, ¿por qué tiene tanta relevancia?, ¿qué podemos aprender con él?, ¿para qué nos sirve?, ¿qué relación tiene con los medios de comunicación? Estas son algunas de las cuestiones que se plantean desde estas páginas; preguntas que se responden tanto desde el desarrollo teórico de las mismas como desde su aplicación a casos concretos.

La teoría del *framing* o del encuadre es un lugar común para todos aquellos profesionales de la comunicación. La experiencia profesional en los medios reafirma sus postulados, puesto que responde a los retos que plantea la práctica cotidiana del periodista, tales como la rapidez del trabajo (“quiero esa noticia para dentro de dos minutos”), la necesidad de sistematizar una entrevista de cuatro horas en media página o la búsqueda de un titular atractivo a la vez que riguroso e informativo.

Los teóricos del *framing* plantean que, lejos del preconizado objetivismo informativo, el periodista cuenta los acontecimientos con un enfoque particular. Al analizar este enfoque, los estudios consideran las posibles influencias personales y profesionales con las que el periodista aborda la tarea de elaborar un mensaje informativo. Tanto el periodista como individuo con unas características concretas, como el periodista en cuanto profesional que trabaja con unas rutinas y en una determinada organización, hacen que los hechos adquieran encuadres diferentes en los distintos medios. Así, basados en esta teoría, se realizan análisis comparativos de varios medios de comunicación sobre la cobertura de un mismo acontecimiento.

Los ejemplos se encuentran todos los días en las portadas de la prensa o en los informativos televisivos. Baste como muestra el caso del día que en España entraba en vigor la nueva ley de extranjería. En ese momento, los tres principales periódicos dejaban imágenes tan distintas del hecho como las siguientes. *El País* ponía el acento en aquellos inmigrantes que resultaban perjudicados por la nueva legislación y titulaba: “30.000 inmigrantes pierden hoy sus derechos con la nueva ley de extranjería”. *El Mundo*, sin embargo, daba otra cifra y señalaba el número de los que se quedaban en nuestro país. Su titular era: “El Gobierno, resignado a que 150.000 ‘sin papeles’ se queden en España”. Por último, *ABC*, sin llevar el asunto a portada, afirmaba en sus páginas interiores los favores de la nueva ley: “Andalucía y Valencia serán las Comunidades más beneficiadas este año por el cupo de inmigrantes”.

Con interpretaciones tan diversas de los acontecimientos, cabe preguntarse: ¿qué ocurre para que ante un mismo hecho se ofrezcan enfoques tan distintos?, ¿por qué y cómo enfocan los medios de comunicación?, ¿es que los medios no son capaces de transmitir los hechos tal y como son?

La teoría del *framing* intenta adentrarse en estas cuestiones y explicar la diversidad de enfoques. Sin embargo, su desarrollo ha manifestado algunas limitaciones para dar respuesta, por ejemplo, a una de las diferencias más notables entre los medios, la que viene determinada por la cultura política en la que se insertan tanto ellos como su audiencia. Por eso, algunos teóricos del *framing* han ido más

allá y han incorporado los símbolos a sus explicaciones, de manera que se apuesta algo más por los medios considerados como empresas culturales.

La vertiente simbólica de la teoría del encuadre se demuestra más abierta y comprensiva con los modos de trabajar del periodista y, como se descubrirá en las siguientes páginas, entraña novedades de gran interés para la teoría de la comunicación.

Sin embargo, por lo novedosa, la literatura sobre este aspecto es más bien escasa e inexistente en castellano, y no resulta fácil encontrar trabajos de investigación aplicada. Además, el contexto disciplinar que da origen a la teoría del encuadre es amplio y difuso. En él se fusionan las aportaciones de varias ciencias como la Psicología, la Sociología y la Filosofía. Los estudios sobre la teoría del encuadre realizados hasta el momento suelen referirse únicamente a una de las disciplinas en las que la teoría ha encontrado seguidores, tales como la Psicología, los estudios sobre los movimientos sociales, los teóricos de los medios de comunicación, etc. Mencionan los otros ámbitos de estudio pero no conciben una evolución en paralelo de las ciencias sociales y de sus aportaciones mutuas. Desde estas páginas se pretende desentrañar las contribuciones de otras áreas a la comprensión de los medios, sobre todo porque la comunicación es una ciencia que asimila y se nutre continuamente de otras disciplinas, si bien es necesario saber ensamblar estas aportaciones a lo que es propio de la comunicación.

Por eso, en los próximos capítulos se encuentran las corrientes que han influido en la teoría del encuadre, como la Escuela de Chicago, la fenomenología, la etnometodología, el análisis psicosocial, el estudio de los movimientos sociales, el de la dramática o el análisis de la cultura y de los símbolos. El manejo de todas estas áreas de investigación hace de este trabajo un estudio interdisciplinar, de interés tanto para la comunicación como para otros ámbitos de las ciencias sociales.

El carácter interdisciplinar de esta investigación presenta algunas peculiaridades. Una, la utilización de un lenguaje fundamentalmente sociológico, poco habitual en el periodismo y que se ha ido “traducien-

do” de algún modo a los modos de expresión propios de la comunicación. Sólo el uso de los vocablos *frame* o *framing* despierta el recelo y el escepticismo entre investigadores de la comunicación. Tener que hablar de “definiciones de situación”, “indexividad” o de “interaccionismo simbólico” implica ya un grado de complejidad bastante mayor. Sin embargo, se ha considerado necesario incluir esta terminología, puesto que es ésta la que responde con rigor científico a las realidades que se analizan. Ahora bien, en todas las páginas hay un esfuerzo por explicar cada concepto y su significado en el ámbito de la comunicación. En este sentido, se ha procurado no dar un paso más en la argumentación sin que un término haya quedado suficientemente explicado.

A la complejidad lingüística se suma la falta de sistematización. Salvo algunos trabajos compiladores sobre las ciencias sociales, la aparición de la teoría del encuadre en ámbitos conectados y al tiempo dispersos hace que se tenga que acudir a fuentes de muy diversa condición. Como se podrá comprobar en los dos primeros capítulos, la complejidad del estudio se ha manifestado sobre todo en que, debido a su aplicación a ámbitos tan diferentes, no todos los autores entienden el encuadre en el mismo sentido. De manera que se hace necesario detenerse en cada uno de ellos para determinar su contribución a la teoría del *framing*, intentando hilar argumentalmente sus aportaciones, aunque en sí mismos estos estudios no presenten una evolución continuada.

La misma interdisciplinariedad que tiene el estudio del *framing* se encuentra al abordar el estudio del símbolo. La Semiótica, la Psicología, la Filosofía o la Sociología se han servido de este elemento para elaborar muchas de sus tesis más significativas. No obstante, en este ámbito sólo han sido objeto de estudio aquellos autores que tienen aportaciones a la comunicación pública, y hay que subrayar el carácter de pública porque con ello se limita a un tipo de comunicación distinta a la que se habla desde la semiótica. Se trata de un estudio que atiende al carácter social, cultural y público de los símbolos más que a sus aspectos lingüísticos o psicológicos. Por eso, los autores seleccionados son referencias imprescindibles en el análisis social de los símbolos, aunque provengan de intereses científicos variados (véase, por ejemplo, la filosofía de Ernst Cassirer, la retórica de Kenneth Burke o la antropología de Clifford Geertz).

De este modo, se ha realizado un esfuerzo sintetizador, necesario para una reconstrucción teórica como la presente, que obliga a dejar hablar a los distintos autores que han aportado sus trabajos al campo de investigación en el que nos encontramos.

La escasez de este tipo de estudios en la teoría de la comunicación —con la excepción del trabajo de Stephen Reese, con el que tuve la oportunidad de colaborar en la Universidad de Austin, Texas, durante el verano de 1999— y el análisis efectuado por John B. Thompson, quien, desde mi punto de vista, realiza uno de los análisis más cercanos a la realidad de los medios desde la interacción, ha supuesto seguir un discurso de traslación continua desde la comunicación a las otras disciplinas. Se ha procurado, sin embargo, que estos movimientos se manifiesten del modo más ordenado posible. Además, este modo de abordar la teoría del encuadre desde su perspectiva simbólica, en el que se conjugan los elementos planteados desde las distintas visiones científicas, aporta riqueza y novedad al estudio.

Aunque la perspectiva que se toma desde el principio está fundamentada en las teorías ya mencionadas y busca interrogantes y respuestas teóricas, siempre hay un interés por validar la teoría en la práctica. Por eso, se recoge de algún modo una propuesta operativa que lleva a considerar que la perspectiva simbólica del encuadre puede ser un modelo para el estudio de los medios de comunicación e incluso, una forma de abordar el trabajo profesional en los medios con la que cualquier periodista se puede sentir identificado. Desde esta perspectiva, además, se intenta responder a algunas de las cuestiones que plantea George Lakoff en su obra *Don't think of an Elephant* y que quizás, vistas a la luz del repaso de la teoría del *framing*, conviene matizar.

Antes de adentrarnos en la cuestión, parece importante puntualizar algunas aclaraciones conceptuales.

Es necesario señalar que en el ámbito científico de la comunicación, incluso en el castellano parlante, se ha adoptado el vocablo “*framing*” para designar una de las teorías que se engloban dentro de la teoría de la comunicación. Hay que precisar que utilizando el término inglés, se ha pretendido asumir una postura ecléctica que

concilie las distintas traducciones posibles, como enfoque, encuadre, marco o incluso formato. Ahora bien, se propone considerar el empleo de “teoría del encuadre” como equivalente a “teoría del *framing*”, puesto que entiendo que ambos modos de expresión responden al mismo objeto de análisis.

Como sustantivo, *frame* significa, según el *Diccionario de Oxford*, “marco, límite, orden establecido, sistema, estructura, construcción, disposición o estado mental o emocional”. Como verbo, *framing* significa, entre otras cosas, dar forma o preparar algo para su uso. Su traducción al castellano admite diversas formas, si bien las más comunes son “encuadre”, “marco” o “enfoque”. ¿Por qué no se han adoptado en esta investigación estos dos últimos términos?

El marco, según el *Diccionario de la Real Academia Española (DRAE)*, se refiere al “cerco que rodea, ciñe o guarnece algunas cosas y aquel en dónde se encaja una puerta, ventana, pintura, etc.”. Los teóricos de los movimientos sociales han fomentado esta traducción para referirse a los *frames*. De este modo, el término marco está muy ligado a las interpretaciones de esta teoría por parte de los investigadores de la acción colectiva, pero no así de los medios de comunicación.

En cuanto al enfoque, resulta un término muy ligado a la óptica y la fotografía que el DRAE define como “hacer que la imagen de un objeto producida en el foco de una lente se recoja con claridad sobre un plano u objeto determinado” o “centrar en el visor de una cámara fotográfica la imagen que se quiere obtener”, o también, “proyectar un haz de luz o de partículas sobre un determinado punto”. La cuarta acepción que indica el diccionario subraya el significado del término que se acerca mejor a la idea del *framing*, puesto que en ella se entiende por enfocar, “dirigir la atención o el interés hacia un asunto o problema desde unos presupuestos previos, para tratar de resolverlo acertadamente”. Sin embargo, al hablar de “presupuestos previos”, el término adquiere un matiz ideológico con el que no se consigue la comprensión global del concepto.

Finalmente, el encuadre es la acción y efecto de encuadrar, que supone “encerrar en un marco o cuadro”, o también “determinar los límites de algo incluyéndolo en un esquema u organización”. Con la primera acepción, lo que se encuadra queda bajo un marco, se recoge

de algún modo la traducción de marco utilizada en la sociología, y que también tiene interesantes implicaciones para los estudios de los medios de comunicación. En la segunda, se incide en los esquemas u organizaciones que ayudan a dar un contorno a las cosas, como se podrá comprobar, otro de los modos de ver el *framing* por la investigación.

Tanto el marco como el esquema que organiza la realidad mostrada son elementos que también recoge la noción de encuadre en la cinematografía. En el cine, “el encuadre está limitado por el cuadro que constituye la ventana del aparato de filmación, al que le corresponden, en principio, el encuadre de la imagen filmica y el de la pantalla de proyección”.¹ El ángulo de filmación de la cámara es equiparable al ángulo de la mirada humana y la condición del cámara de “primer espectador” se asemeja a la del testigo de los acontecimientos, algo que se supone del profesional de la comunicación. Ser “primer espectador” supone tener un papel activo ante la realidad que se filma, puesto que hay que tomar decisiones de hacia dónde enfocar, qué toma es buena o cuál desear. El encuadre del periodista también toma este tipo de decisiones.

Por lo tanto, considero que en el ámbito de los medios de comunicación, la traducción que más se ajusta al vocablo inglés es la de encuadre. No obstante, en algunas ocasiones y precisamente por su utilización en otros dominios científicos, como la psicología o la sociología, parece más adecuado hablar de *frames* o *framing*, puesto que la traducción no resulta tan precisa.² Dentro de estas ciencias,

¹ Villain, Dominique: *El encuadre cinematográfico*. Paidós, Barcelona, 1997, pág. 17. En esta obra el encuadre se relaciona con la mirada: “mirada, vista, visión, determinan los encuadres. Todas las opciones de encuadre están relacionadas con la manera de ver”. *Ibíd.*, pág. 61.

² Se observará el uso indiscriminado de *frames* y *framing* a lo largo del presente estudio. Uno es el nombre y otro el gerundio del verbo *to frame*, que sugieren tanto un resultado como un proceso activo respectivamente, pero los dos se refieren al mismo concepto. En este sentido, Takeshita también afirma que la palabra *frame* significa la perspectiva que una persona aplica para definir un hecho o problema y que la palabra *framing* significa el acto de aplicar un *frame*. Cfr. Takeshita, Toshio: “Exploring the media’s roles in defining reality: from issue-agenda setting to attribute-agenda setting”, en McCombs, Maxwell; Shaw, Donald L., Weaver, David (eds.): *Communication and Democracy. Exploring The Intellectual frontiers in Agenda-Setting Theory*. Lawrence Erlbaum Associates, New Jersey, 1997, págs. 15-27.

sólo en aquellos ámbitos de análisis en los que se haya llegado a cierto consenso sobre su traducción, se adoptará el término utilizado por los investigadores del área, como sucede con el uso de Bateson y Goffman, mayoritariamente traducido como “marco”.

La publicación de este libro, ya editado de forma limitada en una primera versión, viene a cubrir un hueco en la teoría de la comunicación dentro del ámbito hispano; un ámbito de investigación que se extiende de modo tanto cuantitativo como cualitativo y que permite avanzar en el conocimiento de los problemas propios de los medios desde una óptica complementaria a los estudios anglosajones y centroeuropeos.

En esta edición, junto a la exposición teórica, el libro comprende algunos casos que ejemplifican los temas que se desarrollan en la teoría del *framing*. Todos estos casos se refieren a las coberturas o relaciones entre medios y terrorismo.

El terrorismo es un fenómeno esencialmente mediático; de entre todas las expresiones de la violencia, sólo la génesis y la dinámica de los actos terroristas carecen de comprensión si no se tiene en cuenta el papel de los medios de comunicación. La investigación académica al respecto muestra, como punto de partida, que parece haber una “retroalimentación” entre terrorismo y medios de comunicación.

Por una parte, ya sea su causa política, social o económica, el terrorismo es un modo de violencia que necesita de los medios para sobrevivir; se ha definido como la nueva forma de violencia que se produce con el propósito de que su acontecer se convierta automáticamente en noticia. Los medios, por otra, encuentran en las acciones terroristas el espectáculo y dramatismo que demandan. En la mayoría de los casos, los medios de comunicación son para las audiencias la única fuente para conocer los actos terroristas. No obstante, tras los acontecimientos del 11-S, la amenaza parece más cercana y posible. Desde el punto de vista de la comunicación, también hay un antes y un después de esta fecha.

El ejemplo español es un interesante caso para la investigación. Aquí, el binomio terrorismo-medios cuenta con más de cuarenta

años de ininterrumpida existencia, y se configura como uno de los de más intensidad y duración. Además, los acontecimientos del 11-M introducen un nuevo tipo de terrorismo en el mismo territorio, con la confusión y temor que ello conlleva. ¿Con qué tipo de informaciones ha llegado esta realidad “remota” a los ciudadanos?, ¿qué formatos se han utilizado para *enfocar* la cuestión?, ¿ha habido una evolución en estos *enfoques*? A través de cinco casos diferentes –que ilustran también el recorrido histórico del terrorismo en España– se quiere aportar una explicación metodológica de los usos del *framing* en comunicación, aplicando el análisis de contenido de prensa fundamentalmente.

Conocer cómo se acercan los medios a la realidad es un primer paso para comprender cómo realizan su trabajo los periodistas y cuáles son sus posibilidades y limitaciones. Sólo así el ciudadano, la audiencia, puede llegar a entender, valorar y calibrar las informaciones que recibe continuamente. Sólo así se puede apreciar el alcance del trabajo de los medios y su contribución a la sociedad.

El trabajo del periodista permite mirar al mundo desde un lugar, en cierto modo, privilegiado. Cuenta con fuentes, medios técnicos y acceso a muchos acontecimientos cotidianos. Su tarea consiste precisamente en abrir bien los ojos y aguzar los oídos ante una realidad que sorprende en cada momento y transmitir esta continua sorpresa a cientos o miles de personas. A este lugar se refiere la teoría del *framing*.

**Este material es para uso de la Universidad Nacional de Quilmes, sus fines son exclusivamente didácticos.
Prohibida su reproducción parcial o total sin permiso escrito de la editorial.**

CAPÍTULO III LA DIMENSIÓN CULTURAL DEL *FRAMING*

En los capítulos precedentes se ha expuesto el origen histórico y la justificación del uso conceptual del encuadre o *framing*, así como sus carencias. Ante las cuestiones que plantean los encuadres, algunos autores de la teoría del *framing* han utilizado el símbolo como concepto enriquecedor y sus conclusiones parecen más ajustadas a los medios que las del resto de los investigadores del área. El uso de los símbolos se presenta como una puerta que permite al encuadre ajustarse de manera más afortunada al trabajo de los medios. La perspectiva simbólica del *framing* subraya, sobre todo, la relación de los *frames* con contextos culturales concretos, entendiendo la cultura como el ámbito compartido de acciones y significados.

La afinidad a esta línea de investigación que aquí se refleja, sin embargo, no supone conformidad total con sus análisis, puesto que todavía el símbolo presenta otras potencialidades no estudiadas y muy interesantes para la comunicación.

La palabra símbolo viene del griego, del verbo *symbollesthai-sym*, a un tiempo, y *ballein*, proyectar— que significa juntar, reunir y del nombre *symbolon*, que quiere decir signo de reconocimiento, constituido por dos mitades de un objeto partido que se reconocen al juntarse de nuevo. Los símbolos eran los dos trozos de una misma vasija que se partían entre dos amigos para testificar una amistad que duraba lo mismo que duraran esas dos partes. Superpuestos adecuadamente, se

significaba la unión entre esas dos personas. El símbolo es recomposición, presencia de algo distinto que la propia apariencia, y supone una capacidad deductiva e inductiva del hombre.

La evolución de este concepto, ampliamente desarrollado en esferas literarias, artísticas, teológicas, antropológicas e incluso pedagógicas, hace muy difícil encontrar una definición clara y operativa. Incluso si sólo se limita el estudio al ámbito de la comunicación colectiva, la variedad de puntos de vista hace muy difícil, por no decir imposible, un estudio sistemático de la cuestión. Es un lugar común en el estudio del símbolo el trabajo de Ferdinand de Saussure desde la lingüística.¹ Su clásica distinción entre signos y símbolos establece que los signos mantienen una relación arbitraria con los conceptos que significan, mientras que en los símbolos la relación significante-significado tiene un lazo natural. Saussure considera que el significante, y el signo por lo tanto, es arbitrario, como lo demuestra la diversidad de lenguas y fonemas con que se denominan a las cosas. Los símbolos, no obstante, mantienen una relación natural, como por ejemplo, el símbolo de la justicia, la balanza, que no podría ser reemplazado por otro como una corona de laureles.²

Más allá de la lingüística, en el ámbito científico de la sociología interpretativa, en el que se origina la teoría del *framing*, Alfred Schutz presenta una distinción interesante entre símbolos y signos en su en-

¹ Saussure (1875-1913) propone a principios de siglo la Semiología, una ciencia dedicada al estudio de los signos en la vida social. En 1931, Charles Sanders Peirce comienza su estudio sistemático, denominándolo Semiótica. Ambos nombres vienen del griego *simeion*, signo, y prácticamente se utilizan como sinónimos.

² Cfr. Saussure, Ferdinand de: *Curso de Lingüística General*. Losada, Buenos Aires, 1945. En relación con las apreciaciones de los lingüistas, Hugh Dalziel Duncan puntualiza además que el lenguaje posee una dimensión simbólica no reducible a un conjunto de signos. Las palabras, expone, son nombres cuya unión a objetos, hechos, personas, etc., tiende a determinar que hacemos en consideración al que lleva el nombre. Por ejemplo, ante la batalla de la pobreza, la primera batalla es cómo designarla, ¿son los pobres perezosos, degenerados, enfermos, desafortunados, ignorantes, víctimas, orgullosos?. Cfr. Duncan, Hugh Dalziel: "Introduction", en K. Burke: *Permanence and Change. An anatomy of Purpose*. The Bobbs-Merrill Company, Indianapolis, 1965, pág. XVIII.

sayo “Símbolo, realidad y sociedad”. Schutz parte de la definición de la “apresentación” de Husserl, mediante la que se explica el emparejamiento de datos o elementos presentes que remiten a otros que no lo están. Para Schutz, existen cuatro tipos de relaciones apresentationales: indicaciones, marcas, signos y símbolos. La indicación es el suceso u objeto que se da junto a otro sujeto u objeto, de manera natural, como sucede por ejemplo, con las nubes que indican lluvia. Las marcas son algo que nos permite identificar un objeto que estuvo a nuestro alcance pero que ya no lo está, como puede ser un árbol que nos recuerda el lugar donde estuvimos un día de excursión. Tanto indicaciones como marcas no tienen como fin comunicar, aunque sean útiles a los hombres para determinadas significaciones concretas. Los signos y símbolos se distinguen de las indicaciones y de las marcas por su carácter social, intersubjetivo y por lo tanto, sólo signos y símbolos tienen capacidad comunicativa. Concretamente, el signo de Schutz empareja dos realidades del mundo cotidiano y el símbolo empareja dos realidades de distintos mundos.

Es decir, según Schutz, el símbolo es una relación apresentational de carácter social, mediante la cual el objeto apresentationador pertenece a la vida cotidiana (una bandera, una obra de arte, etc.) pero el objeto que presenta es de otro mundo, según su teoría de las realidades múltiples. El símbolo hace presente realidades de otro modo inasequibles en el mundo cotidiano.

Es bastante común la definición de los símbolos como elementos que evocan realidades de otros mundos, realidades que se encuentran más allá de lo evidente para las personas. Sin embargo, el contenido de este más allá dista mucho de significar lo mismo para todos. Para unos es el ámbito de lo espiritual, para otros el de las intenciones, para otros el de los motivos o también el de las realidades no visibles como por ejemplo, el amor o la amistad. En cualquier caso, parece existir un acuerdo en que el signo representa realidades más cercanas que las del símbolo.

Ya sea por la evidencia de las realidades que representa, ya por su cercanía, el significado de los signos se entiende de manera unívoca. Por ejemplo, una señal de tráfico significa lo mismo para todos los conductores. Sin embargo, el símbolo remite a una red de significa-

ciones donde hay un núcleo común y otro de significados individuales, con lo que no siempre adopta el mismo significado. Por ejemplo, la medalla olímpica que representa una victoria, para el deportista que la obtiene puede significar también el esfuerzo que ha supuesto conseguirla o el orgullo de un país, etc.

Puesto que remiten a realidades no evidentes, como las que se derivan de la acción del hombre y de sus relaciones sociales, y presentan significaciones particulares con núcleos de significado común, es el uso de los símbolos, no los signos, el que mejor se adapta al trabajo de los medios de comunicación que explican el mundo social a las audiencias, un mundo rico en matices y apreciaciones. No se quiere decir con esto que los símbolos, tal y como aquí se expondrán, hagan referencia a una realidad inconsistente, más bien todo lo contrario, son símbolos enraizados en lo real y es ahí donde encuentran su razón de ser.

Curiosamente, basta con profundizar un poco en los orígenes del *framing* para encontrar algunos de estos factores del símbolo quizás no suficientemente explorados, pero necesarios cuando se habla de *frames* en los medios de comunicación.

1. El origen de la corriente simbólica del *framing*: el interaccionismo

Desde la sociología interpretativa en la que se insertaba la teoría del *framing*, aparecen explicaciones de la interacción que remiten al símbolo. Se trata de la escuela del interaccionismo simbólico y de la fenomenología de Schutz. Sus argumentos servirán para comprender la perspectiva simbólica del *framing* como modo de aproximación al estudio de los medios de comunicación.

La interacción social es el proceso mediante el cual actuamos y reaccionamos ante lo que nos rodea. La interacción dice *acción con*, y por lo tanto, relación; una relación que se caracteriza por la acción recíproca, en la que se ponderan expectativas, respuestas efectivas, hábitos, etc.

Llevados por el interés en la sociabilidad humana, la noción de interacción ya se desarrolla en filosofía. Kant habla de la comunidad y reciprocidad entre sus categorías dinámicas y Lotze explica que las acciones externas implican cambios internos en los objetos que interactúan.

En la ciencia social, como otras muchas nociones, se trata de un término análogo al empleado en la física, puesto que hace referencia a una secuencia de relaciones y de mutuas influencias llevadas a cabo entre distintos vectores de la realidad social (individuo-individuo; individuo-grupo; grupo-individuo; grupo-grupo, etc). Estas relaciones intersubjetivas son la esencia de la ciencia social, puesto que sin ellas no existe sociedad alguna. Por eso desde Weber y Durkheim a Berger o Giddens, la interacción es lugar obligado de análisis por parte de los sociólogos, tanto desde una perspectiva macrosocial como microsocia. En la primera, la interacción se considera en niveles institucionales, organizativos o en los sistemas sociales. La segunda, la microsocia, se detiene en el fenómeno interactivo de la actividad grupal: roles, liderazgo y dinámica del grupo se describen por referencia a las acciones recíprocas.

Sin embargo, algunas ramas de la sociología han hecho de la interacción su exclusivo objeto de análisis. Entre ellas, destaca sin lugar a dudas el interaccionismo simbólico, del que ya se mencionó su relación con el origen del *framing*.

1.1. El interaccionismo simbólico

Dentro de la sociología interpretativa, el interaccionismo simbólico incide en la explicación de la construcción de la realidad social y el papel que en ella se otorga al símbolo. Intentando sobrepasar el subjetivismo construccionista que podría concebir una noción de sujeto aislado –puesto que explica que es cada individuo el que adopta y coloca unos marcos que configuran el mundo en el que se mueve–, el interaccionismo simbólico argumenta que los hombres no viven en mundos contruidos por y para ellos mismos exclusivamente, sino que se trata de una construcción en común.

El interaccionismo simbólico se refiere al “proceso por el que los individuos se relacionan con ellos mismos o con otros; el proceso por

el que los individuos tienen en cuenta sus propios motivos, necesidad deseos, medios y fines, conocimiento y el de los demás”³ y tiene por objeto de estudio “los procesos de interacción –acción social que se caracteriza por una orientación inmediatamente recíproca–, y las investigaciones de estos procesos se basan en un particular concepto de interacción que subraya el carácter simbólico de la acción social”.⁴ Según Giddens, el interaccionismo simbólico “presta más atención al individuo activo y creativo que cualquier otro enfoque teórico”.⁵

El interaccionismo simbólico presenta una serie de características que resultan de gran interés. En primer lugar, se trata de una escuela con la que los primeros autores del *framing* y de los símbolos, como Erving Goffman, William Gamson o James Carey, comparten intereses de investigación. Incluso, como ya se apuntaba, el dominio científico de la teoría del *framing* y del Interaccionismo es el de la sociología interpretativa, por lo que las cuestiones que afrontan resultan bastante concurrentes. En segundo lugar, porque el interaccionismo simbólico intenta dar una salida al solipsismo constructivista a través de los símbolos, pese a que su respuesta de las construcciones sociales en común no vaya más allá de las referencias a los otros y no se detenga en explicar la relación de los símbolos con la realidad. Finalmente, porque su desarrollo del símbolo como modo de comunicación que remite a la interacción sirve de algún modo para iniciar las explicaciones respecto a la perspectiva simbólica del *framing*.

En este interés por acotar el concepto de símbolo en relación con los medios de comunicación, se realizará una introspección en el interaccionismo simbólico que pasa por conocer las contribuciones de los autores bajo él englobados.

El interaccionismo simbólico aparece ligado en sus orígenes a la Escuela de Chicago de sociología, que como se ha comentado, con-

³ Swanson, Guy E.: voz “Interaction: Symbolic Interaction”, en la *International Encyclopedia of the Social Sciences* vol. 7. The Mac Millan Company & The Free Press, 1968, pág. 441.

⁴ Joas, Hans: “Interaccionismo Simbólico”, en Giddens, Anthony y Turner, Jonathan H.: *La teoría social hoy*. Alianza Editorial, Madrid, 1990, págs. 114-115.

⁵ Giddens, Anthony: *Sociología* Alianza Editorial, Madrid, 1998, pág. 711.

templa un amplio desarrollo en las dos primeras décadas del siglo XX y que tiene su auge en la década de los treinta. Como ya se observó, la Escuela de Chicago fue fundada por Albion Small, y tuvo como figuras más representativas a Robert Park y George Herbert Mead. Concretamente, son los conceptos introducidos por Mead los que sirven como punto de partida a los interaccionistas simbólicos.

Un breve recorrido por el panorama del Interaccionismo Simbólico permite definirlo como una escuela propia. Efectivamente, el legado de Mead sirve a Herbert Blumer para elaborar la teoría en la que se sustenta el Interaccionismo Simbólico. De hecho, fue el mismo Blumer quien acuñó este término con carácter informal en un capítulo publicado en *Hombre y Sociedad* en 1937. Blumer, que ocupó los cargos de secretario de la American Sociological Society de 1930 a 1935 y en 1956 fue su presidente, así como el editor del *American Journal of Sociology* en los años cuarenta, trabajó en Chicago cuando, ya sin Park ni Mead, esta Universidad había dejado de ser el centro de la sociología norteamericana al ceder su puesto a Harvard.

No obstante, el interaccionismo simbólico cuajó en el Medio Oeste de Estados Unidos, con otros focos importantes como la Universidad de Iowa, con Manford H. Kuhn al frente. Las diferencias de la línea adoptada por Blumer y por Kuhn han hecho que la investigación distinga entre la escuela de interaccionismo simbólico de Chicago y la de Iowa. La desigualdad entre una y otra es principalmente metodológica; mientras que Kuhn operacionaliza su investigación con el Twenty Statements Test (TST),⁶ Blumer se de-

⁶ El Twenty Statement Test (TST) o test de las veinte respuestas es un instrumento para la medida de las actitudes del *self*. Consiste en una página con veinte líneas en blanco, encabezadas con las siguientes instrucciones: "Más abajo en esta misma hoja encontrarás veinte espacios en blanco. Escribe en ellos veinte respuestas diferentes a la pregunta quién soy yo. Se trata simplemente de escribir veinte respuestas diferentes a esta pregunta. Hazlo como si la pregunta te la hicieras tú mismo, no como si te la hiciera otro. Escribe las respuestas en el orden que se te ocurra sin preocuparte de su lógica o importancia. Hazlo con cierta rapidez, pues el tiempo se limita a diez minutos". Se han realizado pocas investigaciones con este método y su validez se admite con ciertas reservas. Giner, Salvador; Lamo de Espinosa, Emilio y Torres, Cristobal (eds.): *Diccionario de Sociología*. Alianza Editorial, Madrid, 1998, págs. 802-803.

canta por métodos más cualitativos y etnográficos. Otras variaciones han sido apuntadas por Bernard N. Meltzer y John W. Petras, para quienes, además, las escuelas se distinguen por su valoración sobre la conducta libre del hombre –en el caso de Blumer– o determinada –en el de Kuhn–, o por su incidencia en los procesos –Blumer– o en la estructura –Kuhn–.⁷ De este modo, tanto por los métodos, como por sus peculiaridades, así como por seguir más directamente la tradición de Mead, Blumer ha tenido más repercusión en los estudios de comunicación que Kuhn.

Herbert Blumer dejó Chicago en 1952 para seguir con su investigación en la Universidad de California en Berkeley, donde se le unió su discípulo Erving Goffman, del que ya se ha analizado su concepto de *frame*, pero que también trabaja durante su primera época en el interaccionismo, en su vertiente dramática.⁸ A partir de los años setenta, Norman K. Denzin, ha intentado hacer una compilación crítica de los estudios interaccionistas, esta vez, uniéndolos con los estudios culturales americanos. Su investigación se ha interesado principalmente por la creación de significados culturales, y por ello, también por la comunicación de masas.⁹ En su revisión crítica

⁷ Meltzer, Bernard N. y Petras, John W.: "The Chicago and Iowa Schools of Symbolic Interactionism", en Manis, Jerome G. y Meltzer, Bernard N. (eds): *Symbolic Interaction*. Allyn and Bacon, Inc., Boston, 1972, págs. 43-57

⁸ Para Kuhn, la visión dramática de Goffman coincide con las explicaciones de Kenneth Burke y Hugh Dalziel Duncan, que aportan al interaccionismo un modelo menos individualista y más sociológico para explicar la acción. Cfr. Kuhn, Manfred: "Major Trends in Symbolic Interaction Theory in the past Twenty-five Years", en Manis, Jerome G. y Meltzer, Bernard N. (eds.): *Symbolic Interaction*. Allyn and Bacon, Inc, Boston, 1972, págs. 57-76. Sin embargo, como puntualiza Bennett Berger, existe un aspecto de Goffman que dificulta la clasificación de éste como interaccionista: su interés por la tradición macrosociológica de Durkheim. Esta afirmación se podría entender como la respuesta a los ataques que se hacen desde la sociología al interaccionismo por detenerse en fenómenos microsociales y no entrar en el terreno de las estructuras sociales y de las instituciones. Aunque esto pueda resultar cierto en el origen de la teoría, sin embargo, se verá como su desarrollo permite alcanzar una explicación de fenómenos sociales considerados de modo global. Berger, Bennett: "Foreword", en E. Goffman: *Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience*. Northeastern University Press, Boston, 1986, págs. XI-XVIII.

⁹ Cfr. Denzin, Norman K.: *Symbolic Interactionism and Cultural Studies*. Blackwell, Cambridge, Massachusetts, 1992.

del Interaccionismo Simbólico, Denzin afirma que los teóricos de la comunicación de esta escuela han visto en las nuevas tecnologías un peligro para la democracia y señala los casos de Mead y Blumer, para quienes el cine era una amenaza para los valores fundamentales de la sociedad. Denzin argumenta el temor de Blumer a los nuevos medios basado en los artículos de Blumer “Movies and Conduct” (1933) y “Movies, Delinquency and Crime” (1933). Sin embargo, también Blumer intenta ofrecer una serie de pautas para el estudio de los efectos de la comunicación de masas. En este sentido, la primera sería tener en cuenta la diversidad de las formas de presentación o contenido de los medios; la segunda considerar la variabilidad de la respuesta de los individuos debido a un proceso intermedio de definición; y la tercera, recapacitar sobre la conexión interdependiente de todas las formas de comunicación. El propio Denzin intenta suplir la carencia que detecta y deja constancia de las novedades que introducen los medios al planteamiento interaccionista. Para este autor, los nuevos formatos en los medios alteran las relaciones de las personas con lo real. Entiende que la comunicación, desde este punto de vista, se refiere a una unión de prácticas, formas, relaciones sociales, y tecnologías de representación con las que construir definiciones de la realidad. El aparato que rodea a este proceso incluye desde un medio y su organización, una política económica, unas instituciones sociales, además de las imágenes, significados y fórmulas que definen el mundo en el que viven los individuos.

Con su revista, *Studies in Symbolic Interaction*, Denzin ha permitido la publicación de estudios teóricos y empíricos en la línea iniciada por Blumer, algunos de ellos relacionados con la comunicación como los que firman David L. Altheide, S. Cahill o R.S. Perinbanayagan entre otros.

Más recientemente, otros autores como Joel M. Charon, de la Moorhead University en Minnesota, han realizado sus trabajos enmarcados en el interaccionismo simbólico y han aportado nuevos conceptos y enfoques a la teoría de Blumer.¹⁰ En la línea de Joas, Charon ha subrayado en su obra la conexión del Interaccionismo

¹⁰ Cfr. Charon, Joel M.: *Symbolic Interactionism: an introduction, an interpretation, an integration*. Prentice-Hall, Englewood fields, New Jersey, 1992.

Simbólico con el pragmatismo americano de John Dewey y Charles Pierce, en el que Mead también queda incluido. Los interaccionistas han heredado tres ideas del pragmatismo: que el conocimiento de la realidad depende de la interpretación; que el significado de las cosas depende de su uso y también que la comprensión del hombre depende de lo que éste hace.

Desde Mead hasta nuestros días, la producción teórica y empírica del Interaccionismo Simbólico ha sido original y cuantiosa, hasta el punto que se ha llegado a decir que es una de las únicas líneas teóricas de la sociología genuina de nuestro siglo. Integrada en un principio como una teoría particular dentro de la Escuela de Chicago, ¿puede hablarse del interaccionismo simbólico como de una escuela propia?

Hay quienes identifican la Escuela de Chicago con el interaccionismo simbólico. Sin embargo, parece plausible la postura de Berganza para quien existe una tradición de estudios de la Escuela de Chicago anterior al Interaccionismo Simbólico, nombre que sólo puede hacerse efectivo a partir de Herbert Blumer.¹¹ Hasta entonces, y sobre todo durante el período de Mead y Park, se utiliza preferentemente la expresión de conductismo social (*social behaviorism*) para denominar la investigación que se desarrolla en Chicago.¹²

De este modo, Blumer inicia la corriente interaccionista pero, eso sí, muy ligado a la tradición anterior y sobre todo a las propuestas de Mead. En este sentido, se llega a afirmar que el Interaccionismo es simplemente una versión recortada de la sociología que emprende la Escuela de Chicago bajo el pragmatismo. Si bien esto puede ser cierto, también el interaccionismo simbólico tiene una entidad propia y una influencia notable en sí mismo en la ciencia social contemporánea.

En definitiva, el interaccionismo aporta una teoría particular a las ciencias sociales. La continuidad y desarrollo de la teoría es una

¹¹ Cfr. Berganza, M^a Rosa: *Comunicación, opinión pública y prensa en la obra sociológica de Robert E. Park*. CIS, Madrid, 2000.

¹² A este respecto, véase: Sánchez de la Yncera, Ignacio y López-Escobar, Esteban: "Los barruntos de Park. Antes de Chicago", en *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 74, 1996, págs. 345-359.

de las notas que se apuntan para afirmar que existe una escuela. Pero además, el interaccionismo configura una escuela singular, siguiendo los criterios que estipula Lee Harvey para que exista una escuela y que son: tener una figura central, proveedora de liderazgo intelectual; una localización académica y geográfica; una perspectiva compartida; una continuidad a lo largo de los años; y un afán por la difusión de su trabajo.¹³

Aplicado al interaccionismo simbólico, se podrían ajustar estos cánones del siguiente modo: Blumer –basado en las aportaciones de Mead– es la figura intelectual que sirve de cabeza para el grupo interaccionista; Chicago y luego el Medio Oeste son los lugares donde se concentran; aunque existen diferencias significativas entre ellos, todos siguen una línea teórica común; existen una decena de autores relevantes en la sociología que han desarrollado su pensamiento bajo la etiqueta del Interaccionismo Simbólico a lo largo de todo el presente siglo; y cuenta al menos con dos publicaciones que se mantienen –*Studies in Symbolic Interaction*, y *Symbolic Interaction*– y una sociedad internacional –“The society for the study of symbolic interaction”– con reuniones anuales. Se podría añadir, además, que como escuela la han comprendido sociólogos, como Peter Berger y Thomas Luckmann o George Ritzer.¹⁴

Por lo tanto, el interaccionismo simbólico es una de las escuelas sociológicas del siglo XX que posee un tronco común y un desarrollo heterogéneo, pues aunque se mantiene vinculada a Chicago, se extiende, sobre todo, por el oeste de Estados Unidos. Las aportaciones de esta escuela se apoyan sobre el legado de dos autores fundamentalmente: George H. Mead y Herbert Blumer.

1.1.1. George Herbert Mead: la interacción y el *self*

George Herbert Mead (1863-1931) nació en Hadley, Massachusetts, pero su formación intelectual tuvo lugar en Harvard, Leipzig y Berlín.

¹³ Harvey, Lee: *Myths of the Chicago School of Sociology*. Avebury, Aldershot, England, 1989, págs. 1-3.

¹⁴ Cfr. Ritzer, George: *Teoría sociológica clásica*. McGraw-Hill, Madrid, 1993.

Llegó a Chicago invitado por Dewey, quien dirigía el departamento de Filosofía, Psicología y Pedagogía. En él, Mead impartió sus clases de psicología social desde 1900 hasta su muerte. A sus clases en Chicago acudían alumnos de sociología que se nutrían de sus ideas, junto con las de Robert Park y William I. Thomas. Fueron estos estudiantes los que con la recopilación de los apuntes de las clases de Mead publicaron en 1934 *Mind, Self, and Society*, que se constituirá como una referencia indispensable para los autores que trabajan el Interaccionismo Simbólico.

Con la muerte de Mead en abril de 1931 y la marcha de Park a la Fisk University tres años después, la Escuela de Chicago entra en decadencia, coincidiendo con un apogeo de los métodos cuantitativos, que la Escuela no desarrollaba tan ampliamente como los métodos etnográficos y cualitativos, (uno de los métodos de investigación por los que el interaccionismo simbólico siente mayor inclinación es el de la observación participante, puesto que permite entrar a la realidad sin intermediaciones. Se trata de una técnica cualitativa de investigación social especialmente empleada para el análisis de la cultura y de la conducta, que consiste en la obtención de datos empíricos mediante la observación de las conductas en el mismo momento y situaciones en las que ocurren. El investigador, que es aceptado en el grupo que observa, recoge los datos en un diario de campo). A partir de estos momentos, serán Harvard y el funcionalismo estructural los que empiecen a dominar el campo sociológico estadounidense. Paralelamente, se desarrollará en Chicago el interaccionismo simbólico como una escuela propia.

Así pues, Mead no es plenamente un interaccionista simbólico, pues ni siquiera es coetáneo al desarrollo de dicha escuela, pero sí que se puede afirmar que es el responsable de muchas de las ideas que desarrolla el interaccionismo. Sin embargo, él se encuadra más bien en la corriente del conductismo social, desde el que Mead quería estudiar la conducta humana despegado de la introspección freudiana. La denominación de conductismo social viene a marcar las distancias con el conductismo aplicado en aquellos momentos por John B. Watson basado en la psicología animal. Mead recobra el papel de la conciencia humana como factor distintivo de la conducta y

critica la actitud psicologista de Watson, del que afirma que su talante es comparable con el de la reina de *Alicia en el país de las maravillas* cuando grita: “¡Que le corten la cabeza!”.¹⁵

La aportación fundamental de Mead al interaccionismo simbólico es su reflexión sobre la socialización y concretamente sobre el *self*. Para Mead, la socialización primaria comienza cuando el niño, a cierta edad, empieza a adoptar el papel del otro: juega a “mamá y papá” llevando a sus muñecos a la escuela, como hacen sus padres, hace comidas de barro porque ve a los mayores cocinar, etc. Después, empieza a dar nombre a las cosas y a imaginar el acto completo que quiere realizar. La socialización secundaria tiene lugar cuando capta las normas y valores sociales de su propia cultura, como las ideas de justicia o de bien, y así aprende lo que constituye, para Mead, el “otro generalizado” que es “la comunidad o grupo social que proporciona al individuo su unidad de personalidad”.¹⁶

A lo largo de las etapas socializadoras emergen las distintas formas de presentación del individuo. Cuando el individuo incorpora las reacciones de otros hacia él va tomando conciencia de sí mismo y configura el mí (*me*). Tras la socialización primaria distingue los distintos roles y desarrolla su capacidad de comprensión formando el yo (*I*). El mí permanece siempre y es la incorporación de las influencias sociales. El yo es la instancia creativa, incluso imprevisible. Los dos se funden en el sí mismo globalizador. Mead explica que la interacción o aleación entre el concepto individual de uno mismo, el yo, y la percepción general que los otros tienen del individuo, el mí, tiene como resultado el *self*.

El *self* se constituye como un objeto social más y no se reduce a una mera estructura psicológica, como podía afirmar la teoría freu-

¹⁵ Mead, George H.: *Espíritu, persona y sociedad*. Paidós, Buenos Aires, 1950, pág. 50.

¹⁶ Cfr. Mead, George H.: *Espíritu, persona y sociedad*. Paidós, Buenos Aires, 1950. “El otro generalizado se construye con las expectativas medias de otros individuos”, y también, “son aquellas expectativas de otros con las que uno interactúa y que se convierten en una guía general de la conducta propia”. Rogers, Everett M.: *A History of Communication Study*. The Free Press, New York, 1994, pág. 168.

diana. Para Mead, la acción puede revertir sobre el propio agente cuando interactúa consigo mismo interpeándose; por lo tanto, el individuo es sujeto y objeto al mismo tiempo.

De ahí que el *self* de Mead está relacionado con la comunicación porque surge con la interacción comunicativa. Estudios posteriores en el ámbito de los medios de comunicación, han relacionado, por ejemplo, la creación del *self* con la respuesta que tiene la audiencia ante determinados programas televisivos. Es el caso de una investigación que buscaba demostrar cómo surgía el *self* en aquellas personas que veían telenovelas, teniendo en cuenta que esto, socialmente, no estaba muy bien visto. Para ello, no sólo se tenían en cuenta los contextos textuales (o propiamente de los medios) sino también los extra-textuales (o sociales) en los que se insertaban los primeros, es decir, los medios. El trabajo concluía que los significados no pueden ser construidos sin tener en cuenta los significados que los textos mediáticos tienen en los contextos sociales o secundarios.

La explicación del *self* de Mead, por tanto, sienta los fundamentos de la teoría de la interacción simbólicamente mediada, puesto que las expectativas recíprocas de conducta se incorporan a la acción. En el interaccionismo simbólico, el *self* será recogido por Blumer para hablar del proceso interpretativo. En este proceso resulta necesaria la autointeracción previa o las indicaciones hechas a uno mismo, al tiempo que el *self* emerge en el proceso de interacción a través del cual otras personas definen al individuo.

1.1.2. Herbert Blumer: la interacción y el significado

Herbert Blumer (1900-1987) continuó la tradición de Mead en Chicago y etiquetó su teoría bajo el nombre de interaccionismo simbólico. Sus aportaciones han sido muy influyentes en los autores de comunicación que tratan de la interacción, como es el caso de Goffman, Duncan o Carey.

A finales de los sesenta, Blumer fue el responsable de sintetizar el interaccionismo simbólico en tres premisas que vienen a colocar como objeto principal de su estudio al individuo en sociedad. Estas tres sentencias, conforme esta escuela ha evolucionado, se han ido

adaptando a los estudios concretos y se han afinado añadiendo nuevos matices. En su esencia, no obstante, se siguen valorando como la columna vertebral de la teoría interaccionista. Aparecen enumeradas en una de las obras más genuinas de esta corriente, y punto de referencia obligado, *Interaccionismo simbólico. Perspectiva y método* (1969), y como afirma Blumer son las siguientes: “La primera es que el ser humano orienta sus actos hacia las cosas en función de lo que éstas significan para él. (...) La segunda premisa es que el significado de estas cosas se deriva de o surge como consecuencia de una interacción social que cada cual mantiene con el prójimo. La tercera es que los significados se manipulan y modifican mediante un proceso interpretativo desarrollado por la persona al enfrentarse con las cosas que va hallando a su paso”.¹⁷

En la primera premisa se vincula la “definición de la situación” con la acción; la acción es la respuesta a un significado, reuniendo los conceptos de Thomas y del pragmatismo. El individuo, al que se prefiere denominar “agente”, realiza la acción conforme a lo que decide que significa para él la realidad. Esta postura no lleva a negar la existencia de lo real, sino que centra su preocupación en la evaluación del significado de los objetos o las situaciones, momento en el que, se argumenta, los hombres están influidos tanto por sus ideas como por las de los demás. Así, por ejemplo, un niño cuyo padre es un bombero cuando oye la palabra “fuego” actúa de modo diferente a los demás, mostrará preocupación por su padre y es posible que llame a casa para saber si él está o no. Sin embargo, los interaccionistas, marcando distancias con el determinismo histórico, se apresuran a clarificar que el niño no se encuentra constreñido o delimitado a la hora de actuar por el hecho de que su padre sea bombero, sino que tiene un amplio margen de libertad de acción y movimiento, puesto que el pasado, razonan, no determina los actos presentes. No obstante, nada se especifica en esta disquisición sobre si los demás o la autointeracción con uno mismo pudieran llegar a ser factores determinantes del acto. En cualquier

¹⁷ Blumer, Herbert: *Symbolic Interactionism. Perspective and Method*. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, New Jersey, 1969, pág. 2.

caso, la definición de la situación y la acción van completamente unidas. En este sentido, Goffman considerará, a diferencia de Blumer, que la definición de una persona de una situación tiene consecuencias pero éstas pueden tener muy poca influencia en los acontecimientos.¹⁸

La segunda premisa habla de la interacción en el origen del significado de las cosas. En el difundido debate de si el significado es un elemento consustancial a éstas o una expresión de la psique, el interaccionismo aporta un nuevo punto de vista a definir el significado como “producto social”, en el sentido de que el significado “es fruto del proceso de interacción entre los individuos. El significado que una cosa encierra para una persona es el resultado de las distintas formas en que otras personas actúan hacia ella en relación con esa cosa”.¹⁹ Siguiendo con el ejemplo, el significado que “fuego” tiene para el hijo del bombero es la suma de los comentarios que ha oído en casa, de la satisfacción que ve en el padre por su trabajo, de los sentimientos de la madre cuando el padre corre peligro y de la percepción propia de la situación. “Fuego” es algo más que unas llamas que provocan incendios; significa peligro, angustia, trabajo, esfuerzo y un modo de ganarse la vida. Joel M. Charon comenta al respecto que el concepto que se explicaba en la primera premisa de acción lleva directamente al de interacción.²⁰ Porque si la acción se hace siempre con respecto a los demás, esto significa que los actores se toman uno al otro en cuenta, se comunican, e interpretan uno a otro, mientras mantienen su relación. Así, se llega a decir que incluso el significado de lo que es el propio individuo se configura con la interacción. Siguiendo a Mead, los individuos perciben que son agentes independientes viéndose a través de los ojos de los demás. Es la diferencia entre el “yo” y el “mí” –y su combinación en el self–. El yo es un individuo que no ha sido socializado, el mí sin embargo es el yo socializado mediante una autoconciencia de sí por el otro.

¹⁸ Para una crítica de Goffman en este sentido, véase: MacIntyre, Alasdair: *Tras la virtud*. Editorial Crítica, Barcelona, 1987, especialmente págs. 51-52.

¹⁹ Blumer, Herbert: *Symbolic Interactionism. Perspective and Method*. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, New Jersey, 1969, pág. 4.

²⁰ Cfr. Charon, Joel M.: *Symbolic Interactionism: an introduction, an interpretation, an integration*. Prentice-Hall, Englewood fields, New Jersey, 1992.

Finalmente, la tercera premisa trata sobre la interpretación, concepto que viene a perfilar los dos anteriores, puesto que si el hombre es un sujeto activo, y no responde ante las cosas instintivamente sino por lo que éstas significan para él, la unión entre significado y acción se encuentra en el proceso interpretativo. De este modo, se entiende que en la interpretación hay un proceso de selección, reagrupación y transformación de los significados en la situación concreta. Este desarrollo se concreta en dos pasos. Primero, el actor se indica a sí mismo las cosas que tienen significado, se trata de un acto interno, pero no en el sentido psicologista, sino que se entiende que la persona entabla un acto de comunicación consigo misma al modo de una conversación interior. Segundo, a raíz de esta comunicación interna, el actor selecciona, comprueba, descarta y modifica los significados. A diferencia de los animales que reaccionan ante una realidad repetitiva y de significados constantes, los hombres responden ante el mundo con una interpretación en la que se tienen en cuenta también las indicaciones de los otros.

Premisas de la interacción, según Blumer

Significado → Acción-Interacción → Interpretación → Realidad Social

De todo este proceso de interacción surge, según el interaccionismo simbólico, la realidad social. La realidad social se construye con la interacción con los otros. Aunque indiscutiblemente hay un mundo real, exterior, palpable, Charon puntualiza que el entorno al que responde el hombre de modo directo no es éste; se definen las situaciones “como si existieran” y esa definición está muy influida por la vida social.

En definitiva, se concluye que estas tres proposiciones demuestran que el interés de los interaccionistas simbólicos no es la estructura social o las conductas individuales, y ni siquiera la mera interacción de elementos sociales, sino que su planteamiento se centra en la construcción social por parte de los agentes, que tienen un papel activo en la interpretación y reinterpretación de la realidad, incluyendo en esa realidad a los demás, como factores que influyen en el comportamiento personal.

Al ligar la definición de la situación con la acción, Blumer no está sino siguiendo al pie de la letra la afirmación de W. I. Thomas, para

quien las personas *responden* en consecuencia con su propia definición de la situación. Las definiciones de situación a través de los encuadres, se puede añadir, llevan a actuar conforme a cómo se enmarcan las realidades. No sólo se trata de organizar la vida cotidiana conforme a los *frames*, sino que luego, se actúa conforme a ellos. Otro aspecto interesante de las conclusiones de Blumer para el análisis del encuadre es que estas definiciones de situación no son resultado de un esquema particular, sino como insiste el interaccionismo, son un producto social. Ambos aspectos, acción y producción social son interesantes para la perspectiva simbólica, a la que, sin embargo, también hay que dotar de referentes reales no producidos por la interacción.

En consonancia con esta teoría, Blumer propone un método científico en el que se examine directamente la realidad, sin que irrumpa un método artificial que la moldee. Este autor sigue la clásica distinción entre las dos posturas contrapuestas en la investigación social: la postura idealista y la realista. Para los idealistas, sólo existen los conceptos porque sólo a través de ellos es posible el conocimiento. Los realistas afirman que son las cosas las que existen por sí y en sí, pero en esta corriente, sigue Blumer, resulta imprescindible depurar el lastre que la une a algunos conceptos, como por ejemplo, el de la inmutabilidad de la realidad. Además, se hace necesaria una crítica y una revisión de los modelos que prevalecen en la sociología y en psicología en los que abundan los esquemas teóricos y modelos preconcebidos. De ahí que la actitud metodológica del interaccionismo sostenga que hay que descubrir la realidad que existe en el mundo empírico y no en los métodos empleados para estudiarlo, porque “las personas actúan con respecto a las cosas basándose en el significado que éstas encierran para ellas, y no sobre el que poseen para el especialista intruso”.²¹

En cualquier caso, en la medida en que el interaccionismo concede finalmente una primacía total del sujeto en su análisis de la realidad, vuelve a caer en el idealismo filosófico del que, teóricamente, pretendía alejarse.

²¹ Blumer denomina “especialista intruso” al investigador que pretende instalar su modelo científico en la realidad y no explorar la realidad desde ella misma.

Las tres premisas de Blumer constituyen la columna de ideas teóricas y metodológicas sobre la que descansan el resto de nociones que manejan los interaccionistas simbólicos. Por su interés para una completa comprensión de esta escuela sociológica, se pasa ahora a ilustrar aquellas que Blumer denominó como “imágenes radicales” (*root images*) y que son los objetos sociales, la acción conjunta y la sociedad.

Sobre el objeto social, el interaccionismo indica que toda la realidad a la que el hombre puede referirse, desde un libro a una persona, desde una piedra a un fantasma, es un objeto social. Los objetos toman su significado por la definición que el actor hace de ellos en cada situación y así Blumer indica que “el significado de los objetos para una persona emana fundamentalmente del modo en que éstos le han sido definidos por aquellos con quienes interactúa”.²² Por lo tanto, el significado no es intrínseco a la naturaleza del objeto, sino que es un producto social. Es decir, las definiciones de las cosas se construyen socialmente. Así, por ejemplo, una maleta no lleva inscrito en su naturaleza de objeto su significado como “cofre de mano para viaje”, sino que es el uso que se hace de ella y su definición social los que hacen que adquiriera este significado concreto. Cuando existe una coincidencia de significados el interaccionismo habla de “objetos comunes” que son descritos por Blumer como “fruto de un proceso de indicaciones mutuas”. Por ejemplo, el objeto “piscina” tiene el significado común para un grupo de nadadores de competición de lugar de entrenamiento y trabajo, aunque para la mayoría de los niños signifique lugar de entretenimiento y distracción.

Es interesante añadir que desde este punto de vista, el hombre también es considerado como objeto que definen los otros y que incluso la propia definición individual se realiza con la suma de las definiciones de los otros y de la propia autointeracción. Esto es posible gracias a que el hombre posee un sí mismo o *self*, como sugiere Mead. La interpretación que el sujeto hace de sí mismo va unida al proceso de conversación reflexiva sobre lo que ocurre (*self-indication*).

²² Blumer, Herbert: *Symbolic Interactionism. Perspective and Method*. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, New Jersey, 1969, pág. 8.

En cuanto a la acción conjunta, ésta se define, según Blumer, como “una organización comunitaria de comportamiento basada en los diferentes actos de los diversos participantes”.²³ Se distingue de la acción colectiva, que sería la simple concatenación de los actos de quienes forman una sociedad, una mera yuxtaposición o suma de acciones que no considera las de los demás. La interacción así vista no es un factor que determina las conductas sociales sino que forma significados; las acciones de los demás son tenidas en cuenta en la toma de decisiones.

Blumer recoge esta importante idea con el concepto de *transacción* o “la acomodación de la acción en desarrollo de cada uno a la del otro, con objeto de conjuntar o enlazar ambas”.²⁴ Se trata de considerar la acción del otro para actuar uno mismo y viceversa. La transacción, opina el autor, es la auténtica forma de interacción humana y consigue unir dos líneas de acción en una sola unidad. Por ejemplo, dos personas discutiendo llegan a formar una acción conjunta a la que denominamos debate y en la que se tiene en cuenta lo que hace y dice el otro para hacer y decir lo propio.

La acción conjunta es la que crea las normas sociales que se van formando y reformando, ya que es el proceso social el que genera las normas y no éstas las que lo sustentan. Esto no supone una continua renovación total de las estructuras sociales sino que se tiene en cuenta que toda acción conjunta ha surgido necesariamente de un historial de acciones previas a los participantes. Al definir la situación, el individuo y el grupo también consideran el pasado sin que éste los determine por completo, lo interrogan para conocer qué está ocurriendo y saben que sus decisiones pasadas les han llevado al momento actual, pero han actuado libremente y sin que se encuentren coaccionados. Además, en la acción conjunta cobran importancia tanto los individuos como las organizaciones, ambos en una retroalimentación continua de influencias mutuas, en un intento de diluir las fronteras entre los niveles micro y macro del estudio sociológico.

²³ *Ibidem*, pág. 13.

²⁴ *Ibidem*, pág. 83.

De hecho, una organización podría considerarse bajo el prisma de constituir una acción conjunta. En ellas, cada individuo se enfrenta a situaciones instauradas por otros a las cuales debe amoldar sus propios actos. Es el total de las acciones de unos y otros entrelazadas hacia un mismo objetivo lo que configura una organización en sí.

Por último, la sociedad es descrita como un proceso mediante el cual los individuos actúan y reaccionan ante el mundo que les rodea. Es el proceso de intercambio fluido y evolutivo de la acción conjunta que se explicaba previamente, el que genera la sociedad humana, por lo que en el estudio de la sociedad, los interaccionistas se detienen en la interacción propiamente dicha y no en las estructuras sociales o en la historia del cambio social como hacen otras corrientes sociológicas. Pero la sociedad es más que simple interacción, como puntualiza Charon, es interacción simbólica porque requiere comunicación e interpretación de los actores; la vida social depende de los símbolos. Los símbolos son parte fundamental y conformadora de la organización social, puesto que permiten que las transacciones se asienten en bases comunes y compartidas, llegándose así a hablar sobre la cultura.

La socialización no se hace simplemente por medio de la imitación o del instinto, sino que es a través de los símbolos como se conoce la cultura de un grupo. Por eso, Clifford Geertz, quien también recibió la influencia de la vertiente simbólica de la Escuela de Chicago, propone como método de análisis de la cultura la búsqueda de símbolos significativos, así como la detección de las regularidades subyacentes de la experiencia humana que están implícitas en la formación de los símbolos.

De modo similar a Geertz, Ann Swilder define la cultura como las formas simbólicas públicamente disponibles a través de las cuales la gente experimenta y expresa significados.²⁵ También sigue esta línea James Carey, quien habla de la cultura como un ordenado aunque contradictorio y heterogéneo sistema de símbolos y propone considerar la acción humana, y por tanto la cultura, como un texto:

²⁵ Swilder, Ann: "Culture in Action: symbols and strategies", *American Sociological Review* 51, 1986, págs. 273-286.

el texto en sí mismo es una secuencia de símbolos que contienen interpretaciones y el objetivo del científico social es interpretar esas interpretaciones.

Las bases comunes culturales y el orden normativo de la sociedad surgen mediante la interacción simbólica. Esta interacción llega a determinar los modelos sociales que prevalecen y por eso, con el tiempo, la interacción crea cultura. La cultura se revela entonces tanto como un modo particular de transacción, o de perspectiva compartida por la que los individuos en interacción definen la realidad, como un otro genérico a través del cual los individuos en interacción controlan sus actos.

De todos estos conceptos, será el de transacción, por referirse específicamente a la interacción humana que da paso a acciones conjuntas, el que más interés tenga para la comunicación social.

1.1.3. El símbolo en el interaccionismo simbólico

Una de las críticas que hace Denzin a los interaccionistas simbólicos es la de haber centrado sus estudios en la interacción, olvidándose de la segunda parte de la rúbrica bajo la que se aglutinan, es decir, del aspecto simbólico, por lo que la comunicación como ámbito de estudio no ha salido muy beneficiada.²⁶ Sin embargo, y pese a que, sobre todo en los primeros sociólogos de esta escuela, ciertamente el acento se ha puesto en la interacción, dejando un poco de lado los símbolos, también resulta evidente que en todos los autores se pueden encontrar definiciones e intentos de acotar el símbolo como figura que entra a formar parte de las relaciones personales, y sin la que resulta quimérica la construcción de la realidad social.

²⁶ Cfr. Denzin, Norman K.: *Symbolic Interactionism and Cultural Studies*. Blackwell, Cambridge, Massachusetts, 1992. Mayer N. Zald es de la misma opinión cuando indica: "Si bien el interaccionismo había puesto de relieve la importancia para la vida social de la comunicación simbólica y los significados compartidos, se centraba más en la interacción y menos en el contenido y la fuerza de los símbolos". Zald, Mayer N.: "Cultura, ideología y creación de marcos estratégicos", en McAdam, Dough; McCarthy, John D. y Zald, Mayer N.: *Movimientos sociales: perspectivas comparadas*. Istmo, Madrid, 1999, pág. 373.

Ya Mead toma en consideración el símbolo cuando sostiene que el individuo se hace autoconsciente o conocedor de su propia individualidad a través del lenguaje. Y en este proceso cobran importancia los símbolos, conceptos que representan realidades. Gracias a los símbolos, el universo del hombre se amplía, puesto que no resulta necesario estar pegado a la experiencia para hablar sobre ella. Por eso el intercambio de símbolos hace que el hombre sea capaz de verse como le ven los demás; dicho de otro modo, en la interacción el hombre busca las claves, los símbolos que le digan cómo actuar e interpretar las acciones de los otros en esas circunstancias concretas.

Curiosamente, es quizás Blumer, el gran sintetizador de la teoría, quien menos habla de los símbolos. De modo lateral, y cuando enjuicia las organizaciones sociales, los explica como los elementos que ofrece la sociedad al individuo para poder interpretar las situaciones. Los símbolos son el modo de explicar cómo la organización influye en el individuo, al tiempo que el individuo influye en ella con su acción. Porque la acción es la respuesta a los significados concretos de los objetos que el agente interpreta y designa en el seno de las organizaciones, que a su vez son vistas como una interdependencia de los actos de los individuos ubicados en diferentes puntos. Desde cada lugar, desde cada puesto, se entrelazan las acciones y se configura un todo común. En cualquiera de estos puestos, los participantes se enfrentan a las actividades organizadas de otros individuos, a las cuales deben amoldar sus propios actos. La acción del otro es tenida en cuenta en lo que Blumer denominaba transacción. La concatenación de tales actos, localizados en distintos puntos, constituye la organización.

Dado que la sociedad y la acción conjunta requieren el desarrollo de la interacción de los agentes, resulta necesario recurrir a modos de comunicación comprensibles por los individuos, esto es, a objetos sociales que no simplemente representen realidades sino que sirvan para la comunicación entre las personas. Y estos objetos sociales son los símbolos, como señala Charon: “Los símbolos son objetos sociales usados para representar (o presentar, o ponerse en el lugar de) cualquier cosa que las personas se pongan de acuerdo que representan”.²⁷

²⁷ Charon, Joel M.: *Symbolic Interactionism: an introduction, an interpretation, an integration*. Prentice-Hall, Englewood fields, New Jersey, 1992, pág. 42.

Por lo tanto, los símbolos son creaciones humanas, que se definen en la interacción por arreglo entre los miembros de la sociedad. Como cualquier objeto social, los símbolos representan realidades, pero además “representan algo más de lo que es inmediatamente percibido” tienen la capacidad de ir más allá de la mera alusión o identificación con sus referentes, pueden comunicarlas a otro actor. Además, para Charon, los símbolos se caracterizan por poseer un sentido, en lo que podríamos designar como acepción vectorial del término, puesto que quien los utiliza apunta, como un vector, hacia la dirección de la realidad que pretende comunicar.

Los símbolos también, sigue Charon, se distinguen por significar, puesto que tienen un uso intencional en las dos direcciones, tanto para quien los usa como para quien los recibe. Así, según esta perspectiva, un bostezo no puede considerarse como un símbolo, porque quien realiza el bostezo, aunque se trate de un acto social, no pretende que el otro interprete nada, no hay una intención de comunicación. La interacción, si es simbólica, introduce una importante distinción para el tipo de interacción que se pretende definir. No se trata ya únicamente de tener en cuenta la *acción* del otro en la llamada transacción, sino también y sobre todo la *intención* de la acción.

Otra nota definitoria del símbolo es que son convencionales y arbitrarios. Siguiendo a Charon, “los símbolos están arbitrariamente asociados con lo que representan. Esto significa que no hay nada inherente en la asociación que hacen. No se trata de un cielo negro que representa que una tormenta está al caer o una fiebre que representa enfermedad”.²⁸ La arbitrariedad y convencionalidad del símbolo marcarían la diferencia con los signos que son, por así decirlo, avisos naturales de las realidades. Por ejemplo, serían signos esas nubes que señalan la tormenta, la fiebre respecto a la enfermedad, o también la caída de las hojas de los árboles que anuncia el otoño, o un “tic” que indica una actitud nerviosa. Ante advertencias como éstas, los animales y los hombres responden con los estímulos, pero además, en el caso de las personas, las respuestas instintivas son muy

²⁸ *Ibíd.*

limitadas por lo que, finalmente, los signos se transforman en símbolos cuando aquellos adquieren un significado aplicado a la situación. Por ejemplo, una sonrisa es un movimiento facial universalmente compartido que se realiza de modo espontáneo y que muestra agrado; sin embargo cuando saludamos a una persona con una sonrisa queremos de modo intencional significar un trato cordial. Así, para Charon, la realidad no se le impone al hombre, sino que éste la crea y recrea continuamente, dotándola de un contenido simbólico.

Los símbolos, conectando con Goffman, serían los modos creados por el hombre para organizar las experiencias. Para Goffman, la vida social es un drama y el hombre actúa en este drama social influyendo en las actuaciones de los demás. Pero el hombre es a la vez actor y público, impresiona y es impresionado, influye con su acción y es influido por las acciones de los demás. Spencer Cahill señala en su comentario sobre Goffman que actuar no es simplemente responder a lo que otros hacen, sino que supone controlar lo que otros definen y tratan.²⁹ En un paralelismo al concepto del *self* de Mead, se habla en esta ocasión de un actor construido en la interacción y una interacción que está influida por el entorno social. Surge así la agrupación en la escena a través de la realización dramática de los *selves* en la interacción, que une a los individuos y mantiene a la sociedad unida.

También en el ámbito de la comunicación, Altheide y su colega Snow, señalan que los símbolos otorgan a las acciones políticas su significado.³⁰ Sin esos marcos de referencia comunes que son los símbolos las acciones políticas carecen de sentido. Así, los individuos construyen significados sobre la realidad y experiencias a través de propiedades formales de varios marcos institucionales o ideológicos, como la cristiandad, la ciencia o el capitalismo. En este establecimiento de significados, los medios están constituidos por una serie de reglas gramaticales para usar determinados símbolos y desarro-

²⁹ Cahill, Spencer: "Erving Goffman", en Charon, Joel M.: *Symbolic Interactionism: an introduction, an interpretation, an integration*. Prentice Hall, Englewood fields, New Jersey, 1992, págs. 185-200.

³⁰ Cfr. Altheide, David y Snow, Robert: "Toward a theory of mediation", *Communication Yearbook* 11, 1988, págs. 194-223.

llar perspectivas generales para interpretar varios objetos y sucesos. La naturaleza del poder, del control social y de las definiciones de las situaciones están unidas a la lógica de la comunicación que se encuentra en los formatos.

Resumiendo, a pesar de la crítica de Denzin de un cierto olvido del elemento simbólico por parte de los interaccionistas, se puede observar cómo muchos de ellos recurren al símbolo para explicar el proceso de interacción en el que cobra una creciente importancia la comunicación.

Algunas de las características que sintetizan lo que los interaccionistas entienden por símbolo se podrían enumerar de este modo:

- a) Los símbolos son construcciones humanas que se utilizan para representar realidades ausentes en la interacción. Posibilitan la comunicación al ir más allá de la mera referencia a los objetos.
- b) Los símbolos son arbitrarios y convencionales.
- c) A diferencia de los signos, los símbolos tienen un significado intencional y del mismo modo que ellos, público.
- d) Los símbolos organizan la experiencia, haciendo asequible la realidad y permitiendo la aparición de nuevas realidades sociales y simbólicas.

En definitiva, para el Interaccionismo Simbólico, la sociedad y el individuo se definen por la interacción. En esta interacción es necesario recurrir a los símbolos que posibilitan la comunicación y la comprensión entre los individuos. Se trata de símbolos que siempre están inmersos en los mismos procesos de interacción; los hombres definen las situaciones y en consecuencia, su comportamiento, por las expectativas de los otros plasmadas en los símbolos. De este modo, los interaccionistas simbólicos argumentan la construcción social de la realidad mediante procesos interactivos. Su marcado interés por estos procesos hace que, ciertamente, concedan más importancia a la interacción que al símbolo, y que por ello la comunicación quede algo relegada en sus análisis.

Desde otra de las ramas que se enmarcaban en la sociología interpretativa y la fenomenología, se ofrece una explicación a la inte-

racción que comparte aspectos del Interaccionismo Simbólico, pero que añade matices con los que se apunta hacia la comunicación y con los que se entiende de forma más ajustada el papel de los símbolos al que se refiere la nueva perspectiva simbólica del *framing*.

1.2. La interacción en Alfred Schutz

Alfred Schutz (1899-1959) nació en Viena, y aunque se licenció en Derecho, sus preocupaciones filosóficas le hicieron profundizar en autores como Max Weber o Edmund Husserl. Con su exilio a Estados Unidos en la segunda guerra mundial, comenzó su labor académica en la Graduate Faculty de la New School for Social Research, de Nueva York. Su interés por el conocimiento y la configuración de la vida cotidiana es patente en toda su obra. Dentro de ésta, tienen relevancia las ideas de intersubjetividad y de acción social.

Basándose en las aportaciones de Max Weber, Schutz parte de una delimitación de la acción social para explicar su concepto de interacción. Schutz explica que lo que entiende por *conducta social* son “las vivencias conscientes intencionalmente relacionadas con otro yo, que emergen en forma de actividad espontánea. Si tales vivencias tienen el carácter de haber sido proyectadas previamente, las llamaremos *acción social*”.³¹ En esta descripción se encuentran varios elementos que definen la acción social:

- a) Son vivencias conscientes.
- b) Relacionadas intencionalmente con otro yo. El otro yo es aquí un ser consciente, no un mero objeto físico. Se trata de otro que existe, si bien no es necesario que esté presente.
- c) Proyectadas previamente. En la acción social, la proyección es condición necesaria para la orientación hacia otros.

La acción social, pese a estar dirigida hacia el otro, es propia del individuo. Cada uno es capaz de realizar una acción social sin

³¹ Schutz, Alfred: *Fenomenología del mundo social. Introducción a la sociología comprensiva*. Paidós, Buenos Aires, pág. 174.

la necesidad de acción de otro. Una persona puede emprender una acción consciente, proyectada con anterioridad y relacionada con otro sin que el otro actúe o esté presente.

Si bien, hay acciones sociales que precisamente intentan provocar acciones en el otro. Este tipo de acciones sociales son las que interesan especialmente a Schutz: “Los Actos (*Akte*) intencionales dirigidos hacia otro, en la medida en que son actos proyectados (*Handlungen*), es decir, conducta espontánea de acuerdo con un proyecto antecedente, pueden tener como ‘motivo-para’ la producción de una cierta vivencia consciente en la otra persona. Llamaremos a una acción social de esta clase ‘actuar-sobre-el-otro’ (*Fremdwirken*)”.³² Para Schutz, el “motivo-para” hace referencia al futuro y es “la situación que existe en nuestra cabeza como una fantasía, una meta proyectada en tiempo futuro perfecto”. El “motivo-para” se contrapone al “motivo-porque” que significa que “lo que motiva a actuar es un estado de cosas pasado que lleva a valorar y desear situaciones concretas de un modo determinado”.³³ Las acciones con las que se pretende despertar una conducta en el otro se producen, por tanto, en contextos motivacionales, dentro de los cuales el que actúa anticipa de algún modo las vivencias del otro. El anticipo, la expectativa de la acción del otro es la intención de la acción-sobre-el otro. De esta forma, la conducta social no se define por oposición a un hecho natural, sino por que su intención apela a la conducta esperada de otra persona. Es decir, el motivo de la acción se acomoda y produce dentro del contexto de la acción del otro. El ejemplo más paradigmático de este tipo de acciones-sobre-el-otro es el de la acción comunicativa, ya que se produce siempre hacia y para otros.

Las acciones-sobre-el-otro, como acciones sociales que son, presuponen la existencia de un otro, pese a que éste no esté presente. Por eso, la acción que se provoca no es siempre efectiva, pero sí que se actualiza en la intención de quien actúa-sobre-el-otro. Es decir, se tiene en cuenta la *posibilidad* de respuesta del otro. Evidentemente,

³² *Ibidem*, pág. 177.

³³ Martín Algarra, Manuel: *La comunicación en la vida cotidiana. La fenomenología de Alfred Schutz*. Eunsa, Pamplona, 1993, pág. 142

el conocimiento de la posibilidad de respuesta será mayor cuanto más conozca a la persona a la que dirijo mi acción, puesto que puedo saber mejor cómo reacciona, cómo responde o qué hábitos tiene.

Las acciones-sobre-el-otro, que son las que pretenden llevar al otro a determinadas vivencias conscientes, son el tipo de relación social que aquí interesa, puesto que Schutz las etiqueta como interacción social (*Wirkensbeziehung*). Para Schutz, más allá de las explicaciones del Interaccionismo Simbólico, la interacción social es algo más que acciones interdependientes vinculadas entre sí por significados compartidos, como sucede en el caso del juego del ajedrez donde se conocen las reglas del juego y hay unas acciones conexas. El requisito de la interacción es que el otro perciba e interprete la acción del otro, acción que además consiste en conducir al partícipe hacia vivencias conscientes de una determinada clase. En la interacción, el actuar-sobre-el-otro se da con la intención de que el otro tenga una vivencia y que al menos, éste interprete la acción en este sentido.

Por eso, concluye Schutz, “la interacción social es, por consiguiente, un contexto motivacional y, de hecho, un contexto motivacional intersubjetivo. Es esencial para la constitución de la interacción que cada acto de actuar sobre el partícipe se emprenda para suscitar una cierta orientación-otro recíproca de su parte”.³⁴

En la interacción de Schutz, no sólo se tiene en cuenta la acción del otro, sino que el motivo para el que uno realiza una acción es el motivo por el que el otro puede actuar. Esto sucede, como en el Interaccionismo Simbólico, en las relaciones cara a cara, en la relación social directa, pero se amplía a otro tipo de relaciones.

La comunicación social se puede ver, de este modo, como una forma de interacción. En ella, una persona emprende el acto comunicativo siempre con la finalidad de que otra responda de alguna manera, o al menos se dé cuenta de su acción. Tampoco hace falta que haya una acción explícita por parte del partícipe, sólo que perciba e interprete la acción del otro.

³⁴ Schutz, Alfred: op. cit., pág. 188-189.

Sobre las interacciones comunicativas –si bien no las que se refieren a la de los medios de comunicación de masas– Schutz desarrolla unas indicaciones y, para ello, recurre a la distinción entre expresión e interpretación.

- a) Schutz quiere significar por acción expresiva “aquella en que el actor trata de proyectar hacia afuera (*nach aussen zu projizieren*) los contenidos de su conciencia, sea con el fin de conservar a estos últimos para su propio uso posterior (como en el caso de un asiento en un libro diario) o de comunicarlos a otro”.³⁵ Aunque los dos son actos expresivos, sólo el segundo es una acción comunicativa, puesto que el primero tiene como destinatario uno mismo y no tienen por intención comunicar. Aquí se aprecia una de las grandes diferencias con el concepto de interacción de los interaccionistas simbólicos, para quienes la construcción de la realidad se configuraba incluso a través de las interacciones con uno mismo, en una especie de conversación interior. Schutz viene a destacar, sin embargo, que sólo hay interacción comunicativa en la medida en que el mensaje trasciende al propio sujeto.
- b) En cuanto a la interpretación, también en ella es necesario colocarse en el lugar del otro, en este caso del hablante, para poder interpretar sus intenciones de modo adecuado. Del mismo modo que en la expresión, también cabe la posibilidad de que interpretemos actos no comunicativos, como por ejemplo, al observar a un leñador cortando madera. Con su acto no pretende comunicar, pero de él cabe la interpretación sobre lo que está haciendo. Para explicar la interpretación de las acciones no comunicativas, Schutz pone el ejemplo de la actividad de un leñador y señala que comprender que se está cortando madera puede significar varias cosas. En primer lugar, la percepción del hecho de cortar el árbol y fraccionar la madera. Segundo, la percepción de los cambios en el cuerpo de la persona como ser viviente. Tercero, la percepción de las vivencias propias del leñador, lo que le impulsa a realizar esas acciones. Esta última forma de ver las acciones es

³⁵ *Ibíd*em, pág. 145.

la que Schutz considera como auténtica comprensión de la persona, las otras dos son simples indicaciones de la facticidad de la situación o de los movimientos corporales. Sin embargo, en la interpretación de las acciones comunicativas, se interpretan acciones pensadas para comunicar, es decir, acciones eminentemente sociales, no solitarias. En la interpretación de la comunicación, el sujeto interpreta un mensaje comunicativo y el modo en el que este mensaje es emitido, su contexto, los gestos que lo acompañan, etc. De ahí que la comunicación suele ser más fluida en cuanto que conocemos al sujeto que comunica y entendemos los modos personales que utiliza para transmitir sus ideas.

La interacción comunicativa se concreta, en las explicaciones de Schutz, en un acto expresivo y otro interpretativo, en los que hay interacción porque el que expresa lo hace con la intención de que el otro perciba de este modo su acción. Y para la correcta interpretación, es preciso que el que interpreta lo haga considerando que el motivo del otro es precisamente la comunicación. La intención comunicativa caracteriza a la interacción comunicativa.

Las argumentaciones de Schutz sirven para completar la visión de la interacción que tenía el interaccionismo, donde se incidía más en la necesidad de una respuesta social, de una acción conjunta, o incluso en los modos de interactuar con uno mismo para que hubiera interacción. También sus contribuciones son aprovechables para explicar el carácter de interacción que existe en la comunicación, así como su dimensión simbólica con la que se añaden ciertas novedades a la teoría del *framing*.

2. Del interaccionismo a la transacción comunicativa

Como ya se ha dicho, la comunicación puede ser considerada como un modo particular de interacción simbólica. Se trata, como sugería Blumer, de una transacción, puesto que se acomoda la acción de uno a la del otro configurando una sola unidad. También, explicaba Charon, los símbolos aportan el carácter intencional a dicha acción, puesto que tienen un significado tanto para quien los usa como para quien los recibe.

Según estas argumentaciones, la intención ligada a los símbolos es la clave para comprender la acción comunicativa. Sólo las acciones que tienen la intención de significar algo, de comunicar, comunican efectivamente. Por eso, Charon explicaba que un bostezo no es un símbolo porque, si bien se trata de un acto social, no tiene intención comunicativa.

A los actos como los bostezos, Schutz los denomina “movimientos expresivos”. “Los movimientos expresivos –explica este autor– sólo tienen entonces significado para el observador, no para la persona observada. Es precisamente esto lo que los distingue de los actos expresivos. Estos últimos tienen siempre significado para el actor. Los actos expresivos son siempre actos comunicativos (*Kundgabebehandlungen*), que tienen como meta su propia interpretación”.³⁶

De este modo, para que exista comunicación se requiere un acto expresivo –que se sostiene en una intención comunicativa– y una interpretación de dicho acto. Porque la intencionalidad de la comunicación no sólo está presente en quien emprende el proceso comunicativo, sino que debe ser comprendida como tal por quien recibe el mensaje. Es decir, la intención de quien expresa debe coincidir con la interpretación de esa intención de quien recibe el mensaje comunicativo. De otro modo, no hay auténtica comunicación. Concebir la comunicación como un proceso de estas características supone conjugar la idea de transacción de Blumer, con la explicación de los símbolos de Charon y la concepción de interacción de Schutz. La comunicación es transacción en cuanto que se configura una única acción en la acomodación de la acción de uno a la del otro, pero no sólo eso, sino que es una transacción simbólica, en la que las motivaciones de uno son percibidas por el otro como tales y reflejan la intención de actuar-sobre-él, con las que se pretende que el otro realice ciertas acciones.

Para evitar confusiones con respecto a lo definido por el Interaccionismo Simbólico, y porque la interacción a la que se refieren está bastante limitada –como se ha puesto de manifiesto– como

³⁶ *Ibidem*, pág. 146.

ya han hecho otros autores, se puede denominar a la relación de interacción que se realiza en la comunicación pública como relación transaccional.

De esta forma, las características de la transacción comunicativa son:

- a) Se trata de una transacción entre un acto expresivo y un acto interpretativo.
- b) Aunque estos dos actos son distintos, participan de una misma unidad de acción que es el proceso de la comunicación.
- c) La intención del acto expresivo es la comunicación. Al expresar, el hablante pretende que el otro interprete esta comunicación.
- d) La comunicación desde la transacción no es, por tanto, una actividad solitaria como puede ocurrir en las acciones explicadas por el Interaccionismo Simbólico, para quien, incluso cuando se habla de una necesaria respuesta efectiva, puede darse el caso de acciones con uno mismo. Así, la transacción es más social.
- e) Para que haya comunicación, el que interpreta no sólo interpreta lo expresado sino la intencionalidad de quien expresa.
- f) En la actividad comunicativa hay presencia –entendida en términos amplios– de otro u otros. Como explica Martín Algarra: “el que comunica en una conversación, pongamos por caso, construye su discurso pensando en lo que tiene en la mente quien le escucha. En este sentido, el hablante actúa siempre con cierta incertidumbre, pues no puede conocer la reacción del copartícipe hasta después de haber formulado y emitido su discurso, al tiempo que construye éste último presuponiendo la reacción del oyente ante sus palabras”.³⁷

El hablante se encuentra, por tanto, en cierto modo condicionado por el hecho de que su mensaje tiene que ser comprendido. De nada serviría la acción comunicativa, cuya intención es comunicar, si no hay

³⁷ Martín Algarra, Manuel: op. cit., pág. 222.

un esfuerzo por que el mensaje emitido sea realmente comprensible. Por eso, la comunicación social está condicionada por la interpretación.

El que interpreta, por su parte, no sólo interpreta el significado transmitido, sino que tiene que comprender también la propia acción comunicativa, es decir, la intención de la expresión. Esta relación de carácter transaccional, por eso, va más allá de la mera interacción social. No es una mera acción realizada entre dos personas de forma recíproca o una acción conjunta como decía Blumer, sino una acción e intención que provoca otra y viceversa. Para el interaccionismo simbólico no importa tanto este hecho, cuanto que los significados se construyen conjuntamente. Si bien hay una creación social de significados mediante la interacción, esto no explica la importancia del símbolo en los medios de comunicación. Sólo en la medida en que se incorporan las intenciones de las acciones a través de los símbolos se puede hablar de comunicación social.

Las intenciones de la acción, por otro lado, no son algo abstracto o incomprensible; hacen referencia a algo, tienen un referente “real” que por eso se puede “transaccionar”. El interaccionismo simbólico, al detenerse únicamente en las relaciones sociales entre los sujetos, deja de lado el objeto que entra a formar parte de esa relación, que pueden ser tanto hechos como personas. Éstos pasan a ser los referentes a los que el acto expresivo hace referencia y que se comprenden como tales por quien interpreta. Tanto por añadir esta referencia, como por detenerse en los actos comunicativos, la idea de transacción puede ser un modo de explicar las relaciones sociales que mantienen los periodistas en su trabajo diario, con los que se entiende en gran medida cómo se acercan a la realidad para transmitirla.

Entendida la comunicación como proceso transaccional, se superan algunas de las dificultades que planteaba el interaccionismo simbólico y que en cierta medida estaban también presentes en quienes hablaban de interacciones en los encuadres. Sobre todo, en lo que respecta al carácter eminentemente constructivista del interaccionismo de Chicago.

La comunicación como realidad transaccional se apoya en la comunicación en cuanto que actividad social. En este sentido, también el

Interaccionismo Simbólico destaca la vertiente social de los símbolos cuando afirma que los individuos no hacen definiciones aisladas de la situación. En otros términos, trasladando esta idea a los postulados del *framing*, se puede decir que los periodistas no definen lo que consideran noticias basadas únicamente en sus estructuras mentales. La sociedad, la cultura, la audiencia, la organización para la que trabaja se tiene en cuenta en la definición de las informaciones. En cualquiera de los ámbitos de la comunicación pública, el producto noticioso puede contemplarse como una creación social en la que intervienen diversos factores, actores y entornos. A este respecto, ya se ha comentado también cómo algunos teóricos del encuadre hablan de interacción simbólica para hablar de la relación entre periodista y audiencia.

Por tanto, los significados sociales no son algo estático, sino que se crean y recrean continuamente gracias a una interacción de interpretaciones simbólicas. Aunque el interaccionismo simbólico apenas lo subraye, su aportación para la comprensión de la comunicación de los medios puede resultar interesante. Sobre todo, porque los medios contribuyen, más que ningún actor social hoy en día, a la realización de esas interpretaciones y reinterpretaciones

Si bien es de gran relevancia rescatar la idea de la interacción social para la comunicación, existen puntos importantes en los que la postura del interaccionismo simbólico resulta algo limitada.

La primera objeción es su exigua definición del símbolo, que el Interaccionismo no alcanza a explicar toda la verdadera dimensión simbólica de la interacción. Los símbolos son elementos fundamentales en la interacción social, y sobre todo, en aquella en la que no hay co-presencia de los participantes de la relación social, como sucede en los medios de comunicación. Debido a que el objeto de estudio preferente de los interaccionistas son las relaciones cara a cara, no explotan toda la potencialidad que contienen los símbolos que nacen en la comunicación de los medios.

Si se considera la comunicación como un proceso transaccional, los símbolos pueden conservar el contenido social que les otorgan los interaccionistas, pero teniendo en cuenta la naturaleza de las acciones comunicativas, y por tanto, se puede desarrollar una idea de

símbolo más enriquecedora con la que se llega a la intencionalidad de la comunicación. Los interaccionistas no desarrollan una de las características más importantes de los símbolos: la intencionalidad.

Además, la transacción remite a un referente que los interaccionistas olvidan. El interaccionismo simbólico incide en la construcción social mediante la interacción de los sujetos, pero hace caso omiso de la referencia a una realidad exterior a los propios sujetos. Cuando sin embargo, la interacción como elemento consustancial al símbolo vincula lo presente con lo construido y apela a lo compartido por la sociedad.

Por eso, la solución que el interaccionismo simbólico aporta al subjetivismo constructivista no es la adecuada, cuando sale de su vertiente solitaria a través de las interacciones.

En primer lugar por su consideración del individuo como objeto social, es decir, como producto de la interacción.³⁸ Aunque es cierto que el hombre se desarrolla en sus interacciones con los demás, habría que puntualizar también que el hecho de ser hombre es previo a estas interacciones, pese a la imperfección humana que supone este estado. En segundo lugar, porque a pesar de incidir en la interpretación frente al positivismo de las ciencias naturales, parece que también pretenden construir un sistema de leyes universales acerca de cómo opera el hombre. Finalmente, al subrayar la importancia de las interpretaciones, ponen menos el acento en las realidades sometidas a interpretación.

Además, con su definición de los objetos comunes, parece que sólo se llega a realidades externas al sujeto cuando hay cierto con-

³⁸ Ante la postura interaccionista de considerar al otro como producto de la interacción, sirven las siguientes palabras de Spaemann: "Lo que señalamos cuando nos referimos a algo real distinto de nosotros, no se puede entender de manera naturalista, es decir, como estado o propiedad de ese acto de referirse a algo. La excursión soñada con el amigo soñado y la real con el amigo real no se diferencian por ningún predicado, ni por la intensidad de la experiencia, etc. La existencia no es un predicado real. La diferencia está sólo en que en un caso el amigo también ha hecho la excursión conmigo, y en que ésta no vale sólo para mí. La posición de otro como otro, es decir, de uno que no es porque es para mí, el ser-para-mí del hecho de que yo también soy para él, puede presentar a su vez a este acto de reconocimiento como funcional en orden a la conservación. Pero dicha presentación es completamente extrínseca a lo señalado en ese acto". Spaemann, Robert: *Lo natural y lo racional*. Rialp, Madrid, 1989.

sensu sobre las interpretaciones. Pero las cosas están ahí fuera, pese a que las obviemos o, por el contrario, nos empeñemos en conocerlas. El hecho de que para todo el jardín de la universidad sea el lugar de descanso y paseo no supone sólo que todos nos hayamos puesto de acuerdo en considerarlo de tal modo, sino que su propia naturaleza de jardín invita a ello.

3. Los símbolos en la teoría del *framing*: las resonancias culturales

Observar la teoría del encuadre desde su perspectiva simbólica supone reconsiderar la teoría del *framing* subrayando elementos que ofrecen pistas, más certeras, para aproximarse al estudio del trabajo que se realiza en los medios de comunicación.

El *framing* queda huérfano si no se incorpora la dimensión social en la que incide la transacción, puesto que no se acierta a explicar algunas diferencias de enfoques o encuadres en los medios si no es por los contextos culturales donde se insertan. Por ejemplo, esto sucede si se comparan los informativos de una emisora nacional y de una local. Con este concepto se supera la visión de un *frame* exclusivamente manifiesto o textual y se entienden mejor los significados sociales compartidos, o los pactos de lectura. La aparición de los símbolos en la teoría del *framing* introduce un gran salto cualitativo. Es la estructura relacional de la persona la que hace que necesite de los símbolos, la que demanda unos instrumentos válidos para hacer públicamente comprensible su conducta. Los símbolos así contemplados son formas dinámicas, expuestas al intercambio interpersonal en una red de relaciones humanas y por lo tanto, generadas por la propia libertad del hombre. El hombre, como ser libre, despliega su capacidad creativa para crear modelos de la realidad y vivir con ellos. El símbolo pasa a considerarse como un elemento cultural. Los símbolos viven inmersos en culturas precisamente porque son los elementos a través de los cuales los hombres orientan su acción. Es Geertz quien apunta que: “El análisis de la cultura es la investigación de símbolos significativos de conjuntos y la determinación de las regularidades subyacentes

de la experiencia humana que están implícitas en la formación de los símbolos”.³⁹

Algunos trabajos sobre el *framing* en los medios apuntan esta línea, como los de Doris Graber, quien señala que cuando los periodistas seleccionan contenido y lo enmarcan están construyendo realidad para sus audiencias, particularmente cuando la historia concierne a asuntos no conocidos y no es fácil probar su precisión.⁴⁰ El *framing*, para la autora, es un marco del contenido que por un lado hace comprensible la noticia a la audiencia y por otro, fabrica una realidad distinta. Este marco está relacionado con el modo en el que se expresa el mensaje, donde surgen significados latentes derivados de los símbolos y connotaciones que hay en él y de la experiencia de comunicadores y receptores del mensaje. Porque, de hecho, en la comunicación sería imposible el intercambio de contenidos sin esos significados compartidos; los mensajes establecen significados que las audiencias comprenden en la misma cultura de lectura.

William Gamson va más allá en esta argumentación y mantiene que el mismo *frame* es la manifestación del contenido latente, ya que un *frame* es la “idea central organizadora que da sentido a los acontecimientos y sugiere cuál es la cuestión tratada”.⁴¹ Los hechos no tienen significado intrínseco, sino que lo toman al integrarse en un marco o historia que los organiza y les da coherencia enfatizando algunos e ignorando otros. Gamson no comparte por lo tanto la visión del *framing* que habla de selección y contenidos manifiestos y se acerca así a un concepto más abierto en el que se destaca que gracias a estos *frames* periodísticos los hechos toman sentido. Por eso, el autor sugiere que cuando se analizan las noticias teniendo en cuenta los marcos, hay que incorporar la intención del remitente del mensaje.

³⁹ Geertz, Clifford: *La interpretación de las culturas*. Gedisa, Barcelona, 1990. Ann Swilder defiende la postura de Clifford Geertz cuando dice que la cultura es un modelo de y para la experiencia, y que los símbolos culturales refuerzan un *ethos*, haciendo plausible una mirada del mundo que los justifica.

⁴⁰ Graber, Doris: “Content and meaning. What’s it all about?”, *American Behavioral Scientist* 33 (2), 1989, págs. 144-152.

⁴¹ Gamson, William A.: “News as Framing”, *American Behavioral Scientist* 33 (2), 1989, pág. 157.

La intencionalidad resulta así un aspecto de máximo interés puesto que remite a algo externo al propio texto noticioso, ilumina el modo en el que se expresan el conocimiento y el lenguaje en la noticia y explora los distintos remitentes que aparecen en la mayoría de las noticias tales como políticos, ciudadanos, periodistas, etc.⁴²

En este sentido, Gamson y Modigliani hablan de la interacción simbólica que se produce entre el periodista y su audiencia: por una parte, gracias al discurso de los medios, los individuos construyen significados y por otra, la opinión pública es parte del proceso por el que los periodistas desarrollan esos significados.⁴³ Según estos autores, el discurso periodístico está formado por una serie de “paquetes” interpretativos en los que se descubre tanto su estructura interna o esencia (*frame*), como un número de símbolos externos que sugieren cuál es dicho *frame*. Estos símbolos pueden ser una metáfora, una frase de enganche, un ejemplo o una imagen, y configuran la cultura política o los significados compartidos entre el periodista y la audiencia. Por eso según estos autores, como ya se apuntaba con anterioridad, los *frames* periodísticos tienen éxito en la medida en que se combinen tres factores, que son los siguientes: sus resonancias culturales; las actividades de promoción o relaciones públicas en torno al tema; y el ajuste con las normas y prácticas de la noticia.⁴⁴

Los *frames* están rodeados de recursos simbólicos que están en la sociedad y en cada individuo en particular; son los encuadres de las noticias a través de los cuales los medios interpelan a sus audiencias. El análisis que realizan estos autores acerca de evolución en la opinión pública sobre el discurso de la energía nuclear demuestra

⁴² Al introducir el tema de la intencionalidad surge la cuestión del “sentido”. La importancia del valor cognoscitivo del sentido en los medios de comunicación resulta fundamental para comprender la verdadera dimensión de los enfoques.

⁴³ Cfr. Gamson, William. A. y Modigliani, Andre: “Media discourses and Public Opinion on Nuclear Power: A constructionist Approach”, *American Journal of Sociology*, 95 (1), 1989, págs. 1-37.

⁴⁴ El análisis más reciente de Karen Jonson-Cartee coincide bastante con la visión que aportan Gamson y Modigliani. Cfr. Jonson-Cartee, Karen S.: *News Narratives and News Framing. Constructing Political Reality*. Rowman & Littlefield Publishers, Lanham, MD, 2005.

que las diferencias que tiene relacionar el tema con etiquetas tan distintas como “progreso” o como “guerra” o de visualizarlo como “la seta atómica de Hiroshima” tienen lugar debido a cambios culturales, de promoción del tema e informativos. Así, los *frames* son una herramienta más que tiene el público para dar sentido a los sucesos públicos. Se incorporan al patrimonio simbólico de interpretación, entrando en competencia con el resto de los símbolos sociales. Pero, si se acepta la hipótesis de que los medios tienen una posición dominante en la sociedad actual, esta competencia se diluye por el control social que pueden llegar a tener los *frames* mediáticos.

Gamson no es partidario de la visión hegemónica de Gitlin, quien considera los *frames* como una especie de todopoderosas guías de conducta sociales, porque, con ellos, quienes controlan la sociedad, en este caso los medios, manejan los símbolos que operan en la sociedad. Con esta concepción, parece que a la sociedad se le imponen unos símbolos que no le son propios, por lo que el autor se revela contra la aceptación de los mismos. ¿Por qué entonces hay que aceptar los enfoques dominantes de los medios de comunicación?

Anat First responde a esta pregunta siguiendo el enfoque de Peter Berger y Thomas Luckmann, quienes identifican tres tipos de realidad que interactúan: la realidad objetiva, que existe fuera de los individuos; la realidad simbólica, que emerge de los significados compartidos basados en cualquier forma de expresión simbólica como el arte, la literatura o los medios de comunicación; y la realidad subjetiva en la cual objetiva y simbólica realidad se unen en los individuos.⁴⁵ Los medios de comunicación son, en nuestros días, un componente fundamental de la realidad simbólica, del mismo modo que en otros tiempos lo fueron las narraciones literarias o los lienzos. Actualmente, la percepción de la realidad pasa por la percepción mediática, que afecta a cómo los individuos interpretan las experiencias objetiva y simbólica. Así, los individuos utilizan lo que acaban de ver en las noticias sobre una catástrofe natural para

⁴⁵ First, Anat: “Television and the construction of social reality: an israeli case study”, en McCombs, M.; Shaw, D., Weaver, D. (eds): *Communication and Democracy*. Lawrence Erlbaum Associates, New Jersey, 1997, págs. 41-50.

interpretar lo que ellos consideran que debe suponer un desastre de esas características. Los *frames* sobre esta información se asocian con la experiencia sobre realidades similares de los individuos, y cuando no existe tal experiencia, el *frame* cubre su ausencia no sólo informando sobre una temática novedosa, sino al mismo tiempo trayendo a colación todos los símbolos que dicho tema contiene.

No obstante, como insiste David Snow, para el caso de los movimientos sociales, los *frames* tienen mayor éxito en la medida en que tienen cierto grado de resonancia con la vida cotidiana y la experiencia. Con otras palabras, en la medida en que los *frames* se adecuan a los símbolos, su capacidad de filtrarse en la audiencia es mayor. Un estudio empírico como el de David Altheide sobre la cobertura televisiva de una acción del IRA así lo demuestra.⁴⁶

Entendiendo los *frames* como los formatos de los medios, el autor destaca el papel de los formatos al definir y limitar el alcance de las expresiones simbólicas. Los medios, argumenta, tienen una lógica propia mediante la que transforman el carácter espacial y temporal de los hechos y esta lógica viene estructurada por consideraciones tecnológicas, de organización, de programación y de la audiencia. Así, por ejemplo, si se dispone de veinte segundos para emitir una noticia, y de determinadas imágenes captadas, se construye un mensaje adaptado a estas circunstancias, por lo que los formatos están circunscribiendo los símbolos de las acciones políticas ante la audiencia. Mediante los formatos, los medios moldean los símbolos sociales, que son los que realmente dan a las acciones políticas su significado. Sin esos marcos de referencia comunes que son los símbolos, las acciones políticas carecen de sentido. Los individuos construyen significados sobre la realidad y experiencias a través de propiedades formales de varios marcos institucionales o ideológicos, como la cristiandad, la ciencia o el capitalismo. En este establecimiento de significados, los medios están constituidos por una serie de reglas gramaticales para usar determinados símbolos y

⁴⁶ Altheide, David: "Format and Symbols in TV Coverage of Terrorism in the United States and Great Britain", *International Studies Quarterly* 31, 1987, págs. 161-176.

desarrollar perspectivas generales para interpretar varios objetos y sucesos. La naturaleza del poder, del control social y de las definiciones de las situaciones están unidas a la lógica de la comunicación que se encuentra en los formatos.

Aunque en algunos autores, como Altheide, se siguen encontrando reminiscencias kantianas al afrontar el modo en el que operan los *frames*,⁴⁷ las consideraciones en torno a los símbolos permiten desarrollar una idea nueva del encuadre ligada más al conocimiento social y compartido que a la imposición de estructuras sobre los significados o la realidad. Este conocimiento social se recoge en los símbolos que son un almacén de memoria colectiva y de órdenes establecidos. El valor del *framing* en cuanto que resalta que no hay un único camino para llegar a la verdad, aunque sin llegar a posturas relativistas, también se incrementa desde esta visión por la capacidad representativa del símbolo, que remite a los contenidos latentes en la noticia sin quedarse en la superficie de ésta. Desde la mirada simbólica, por lo tanto, se imponen ciertas novedades sociales al estudio del encuadre, fundamentales para el estudio de los medios de comunicación. Es más, desde este trabajo se aboga por la línea simbólica como posible perspectiva propia de estudio para la comunicación, como, por otro lado, ya lo preconizara Walter Lippmann.

Según las anteriores explicaciones, se podría simplificar: los símbolos son sociales, los *frames* periodísticos. Los *frames* construyen el discurso periodístico del mismo modo que los símbolos construyen el imaginario social. Sólo en la medida en que uno y otro se adecuan, *frames* y símbolos pueden confundirse, o dicho de otro modo, el *frame* puede ser visto como símbolo. Conocer en qué medida el encuadre es símbolo resulta fundamental para desarrollar la capa-

⁴⁷ Altheide sigue la “sociología formal” de Georg Simmel en la que se otorga gran importancia a las formas como condiciones a priori al moldear la experiencia y contenido cultural. A diferencia de Kant, las que propone Simmel no son formas fijas, sino que a través de ellas se da sentido al mundo empírico. No son estructuras, por el contrario son estrategias usadas para guiar la conducta y desarrollan tipos particulares de contenido cultural. Por ejemplo, la gramática es la forma de usar el lenguaje y establecer significados; el medio no existe independientemente de quien lo define o construye.

cidad de los medios de proponer referentes comunes o modelos. Si no, se puede caer en el peligro de la existencia de unos medios que actúan como tiranos imponiendo modelos no creados por los ciudadanos, pero que se tienen que asimilar como tales.

Es éste un primer paso de la apertura de los *frames* a los símbolos, una apertura más social e interaccional, pero todavía no suficiente. La capacidad representativa de los símbolos no ha sido suficientemente explorada y sin embargo, es una de las claves para entender la tarea comunicadora de las realidades a través de los medios. Es necesario por eso avanzar también en la comprensión de qué hacen los medios de comunicación cuando representan, cuando cuentan una realidad; cuando el mundo se hace noticia.

CASO IV. Resonancias culturales del 11-S en España

El 11-S hizo que el terrorismo fuera noticia en todo el mundo como nunca hasta entonces lo había sido. Sin embargo, y aunque de naturaleza muy diferente, en España se vivía con este fenómeno desde hacía muchas décadas. El análisis de la cobertura del 11-S en la prensa española descubre que se utilizan recursos ya asimilados por la cultura política de este país para ayudar a la audiencia a comprender lo que está sucediendo en Estados Unidos.

Los tres principales periódicos nacionales, tanto en difusión como en influencia social y política son *El País*, *El Mundo* y *ABC*. Hay que aclarar que frente al terrorismo de ETA, todos mantienen una actitud firme, con claras condenas, una disposición activamente en contra del nacionalismo radical y en este punto, se encuentran próximos a las tesis gubernamentales. Frente a la política de Estados Unidos, es *El País* el medio que muestra más su disconformidad frente a su “poderío” y frente a la actual administración, que llegó a la Casa Blanca de manera irregular.

En el contexto de la cultura política española y de las resonancias sociales del terrorismo, cobran sentido las coberturas de los medios que ahora se presentan. Sus audiencias conocen bien el tipo de periodismo que hace cada uno de estos medios y también los modos

de enfrentarse políticamente a la cuestión del terrorismo. En otras palabras, los titulares, las comparaciones, los estilos periodísticos, las fuentes y las opiniones vertidas en cada uno de ellos, guardan una estrecha relación con la vertiente simbólica que se atribuye a cada uno de estos medios.

ABC: En el editorial del día 12 que titula “Guerra terrorista”, que después se quedará como título de la sección especial que agrupa a todo lo referente al 11-s, se usa un vocabulario familiar para los españoles sobre el terrorismo y sus apoyos: “Ya no basta con el rechazo ni con la condena de la violencia, si al mismo tiempo acogen, cobijan y permiten la financiación y el entrenamiento de los terroristas”. Se repite que España ya tiene experiencia en este asunto porque sufre la lacra del terrorismo desde hace años, siguiendo el discurso del presidente Aznar. Se debe aprovechar este momento para atajar el problema y, sobre todo, para abrir los ojos y despertar las conciencias de los comprensivos y permisivos con el terrorismo vasco. En la comparación del 11-S con el terrorismo vasco, resultan muy jugosas varias columnas de opinión de estos días (“World Trade Center y el terrorismo de ETA”, “Los culpables”, “Rostros y nubes”, “El intelectual y la violencia”, “Luto y dinamita”) en las que se hacen traslaciones del 11-S al contexto, actores o historia del terrorismo vasco. Así, se compara el ataque de Nueva York con el atentado de Hypercor, “la dinamita de Zarauz y los aviones suicidas de Manhattan” o la apelación al diálogo para terminar con el terrorismo, que resulta infructuosa según los colaboradores del medio. El día 23 el editorial lleva por título “ETA y el 11-s”. Alfonso Ussía el mismo día firma un artículo titulado “Bin Ladentxo” y a lado, en el apartado ‘Breverías’ aparece una foto de Arnaldo Otegui con un pequeño titular que dice: “Tal-Ibán para cual”. El día 13 el editorial “Las democracias contra el terror” habla de la lucha contra el terrorismo que “es la gran amenaza de este siglo para la libertad y la democracia”, englobando así también al terrorismo de ETA del que se suele hacer este tipo de discurso. Otro tema que aparece en los editoriales sobre el 11-S relacionado con el terrorismo es el tipo de cobertura que están realizando los medios. Se aplaude la decisión de las cadenas estadounidenses de no emitir más escenas de horror y se enlaza esto con la labor de la

prensa española frente al terrorismo vasco. Exceptuando algunos medios, el editorial asegura que los periódicos españoles vienen basándose en los principios de libertad, justicia y derechos individuales. Frente al terror no es posible la neutralidad, sentencia el 15 de septiembre. Ese mismo día, *ABC* cierra filas ante la actuación del Gobierno español y apoya la orden de busca y captura conjunta en la Unión Europea para perseguir los delitos de terrorismo, lo que favorece la lucha contra ETA. En su defensa de la política norteamericana, el sábado 15, *ABC* incluye un artículo de Henry Kissinger, Ex-Secretario de Estado de EE.UU., titulado “La victoria sobre el terror exige una nueva política”. A este respecto, el periódico ve lógico el apoyo de España a la respuesta de EE.UU. mezclando ahora el concepto de guerra justificada con el argumento de que España padece ese mismo mal y de que todo terrorismo es una agresión y la guerra iniciada contra el terrorismo es justa.

El País: Desde el primer día de cobertura, *El País* muestra su enfoque más recurrente en este caso: el tipo de alianzas y de coaliciones internacionales que se van a establecer a partir del 11-S. Afirma en este primer editorial que los ataques no son a Estados Unidos, sino a la civilización política, y que pueden repetirse en Europa. El periódico apuesta por que las democracias cooperen internacionalmente para combatirlo y la actuación de España como aliado. En cualquier caso, también asegura que más que una guerra, la coalición debe impulsar una acción política global y pone en primer plano la necesidad de una justicia internacional (editoriales del 14 y 15 de septiembre). Al ser una agresión no convencional, la cooperación internacional no sólo tendrá que ser en lo militar, sino también en los servicios de información. De esta tesis de acciones globales se pasa a criticar el maniqueísmo americano de lealtades y deslealtades y por eso, se critica la exigencia de EE.UU. a Pakistán para que se “alinee inequívocamente” con la coalición antiterrorista internacional. EE.UU. debe ser flexible y entender que no puede exigir “fidelidades suicidas a un país pobre y solicitado por formidables fuerzas políticas y sociales de signos encontrados y situado en una encrucijada geográfica de alto voltaje” (19 septiembre). En las críticas al gobierno norteamericano también se habla solapadamente de la brecha que están abriendo con los países más

pobres. “Es necesario evitar que la gran coalición sea percibida como un ataque del Norte al Sur. También es necesario que Bush sienta en una misma mesa a israelíes y palestinos o su coalición no podrá cuajar. “Este mundo no puede seguir acumulando la injusticia y que sigan creciendo las diferencias, ya abismales, entre ricos y pobres”. “Ese es el caldo de cultivo para la violencia global” (16 septiembre). Pero no son sólo los EE.UU. el objeto de la crítica, se aprovecha también para arremeter al día siguiente contra el oportunismo del gobierno español que emplea cualquier momento para hacer campaña electoral”. El 21 de septiembre aparece España como protagonista de los editoriales. Según el medio, tiene mucho que aportar: “Tras años de padecer los embates de ETA y de otros grupos terroristas, España tiene algo más que una especial sensibilidad ante esa lacra. Durante años ha buscado la mayor colaboración internacional para combatirlo. Y en este caso, los servicios secretos españoles (...) deben tener un especial conocimiento de las redes de terrorismo islámico que se puedan haber tejido en España”. Además, “será también la oportunidad para concentrar los esfuerzos en algo que España viene persiguiendo desde 1995: crear un espacio de seguridad común, al tiempo que desaparecen las fronteras de la UE”. El contexto internacional en el que se enmarca a España es su pertenencia a la Unión Europea. Es decir, no se presenta tanto como un actor que puede presentarse de manera individual (como lo hace *ABC*) sino más dentro del marco comunitario. Por último, cabe mencionar que la primera vez que nombra al terrorismo de ETA de modo explícito es el día 16: se ha formado una gran coalición alrededor de Estados Unidos. Europa ha mostrado su solidaridad. Hay esperanzas de que la ola de indignación anegue también el terrorismo de ETA. “En España sabemos que la lucha terrorista requiere tenacidad”. Más adelante, como sucedía con *ABC*, se utilizarán cuestiones del 11-S para definir el terrorismo vasco, véase por ejemplo: “ETA, globalizada”, donde se habla del “talibán Arzalluz”, (25 de octubre de 2001).

El Mundo: El primer editorial de *El Mundo* define los ataques como “una infamia” y evita todo tipo de posiciones sobre la naturaleza de los acontecimientos. Su intento es más de buscar claves de comprensión para los hechos y lo hace en la situación de

Oriente Medio y en las posibilidades de conflicto que se abren, con importantes repercusiones económicas, subraya. A pesar de que el enfoque que adoptan los editoriales de *El Mundo* también adquiere un carácter más internacional, se busca frecuentemente la voz de España en este conflicto, con las ventajas e inconvenientes que puede tener su actuación, incluso en términos económicos. Es muy significativa la portada del 16 de septiembre en la que pese que al titular (a cinco columnas) es “Bush apunta a Bin Laden y los talibanes amenazan a quien ayude a atacarles”, la fotografía que la acompaña es la de Aznar firmando en el libro de condolencias de la embajada de EEUU en Madrid. La visión que presenta de España, sin embargo, difiere de la del *ABC*. Si en este último periódico, la justificación para la intervención era el terrorismo que aquí también se padece, en *El Mundo*, se habla de España en cuanto miembro de la OTAN y como lugar estratégico para la ruta hacia Oriente.

Dentro de los medios regionales del País Vasco se pueden encontrar también distintos *frames*. Existen tres diarios fundamentales en el País Vasco: *El Correo Español*, *Deia* y *Gara*. Cada uno de ellos por aquel entonces mantiene una postura editorial diferente para el caso del terrorismo, sobre todo en cómo tiene que abordarse este problema. Mientras que *El Correo Español* se decanta por un final del terrorismo por la vía de la investigación policial, *Deia* apunta más a la salida negociada, acorde con las posturas del nacionalismo democrático y *Gara*, que conforme a las posturas del nacionalismo más radical apoya los argumentos de la banda terrorista ETA.

El Correo Español El día 12 de septiembre, el editorial de *El Correo Español* trasladaba las siguientes ideas “todos estamos amenazados por el terrorismo”, “han atacado nuestra libertad”, “el terrorismo es un problema universal que actúa cruelmente en España”. Alguno de sus titulares de aquel día también podían haber sido utilizados para un atentado de ETA: “Ataque contra la democracia”. Al día siguiente, un artículo exigía “justicia internacional” y la “creación de un nuevo orden internacional que combata el terrorismo”. Una semana después, se publicaba una entrevista al ministro de justicia

español que afirmaba “ETA tiene que saber que toda Europa está contra el terrorismo”.

Deia, sin embargo, no asimila que el terrorismo de ETA se parezca al del 11-S. Su cobertura intenta diferenciar ambos fenómenos argumentando que en Estados Unidos lo que ha acontecido es un ataque con naturaleza de Guerra, “Para Bush, no son todavía terroristas, sino enemigos”. Incluso se argumenta que el presidente americano ha sido mal traducido en la prensa española de manera que parece más cercano a las posturas de Aznar sobre ETA: así dice, que las palabras “gente que permite a los terroristas escapar” han sido cambiadas por “gente que les apoya”. También se detiene *deia* en el tipo de cobertura que se está haciendo de los acontecimientos. Pregunta a los medios cómo pueden decir que la cobertura del 11-S se está haciendo bien sin imágenes de muertos o sangre, cuando sin embargo la cobertura de ETA siempre muestra mucha carnaza. En su titular “Imágenes de la tragedia. No allí, pero aquí sí”. *Deia* concluye que la lección que se saca del 11-S es que la única solución para el terrorismo es el diálogo, la negociación y “la preparación de condiciones para una pacífica y mutua tolerancia”.

Gara intenta justificar los ataques del 11-S como respuesta a la política exterior de EE.UU. Que está “involucrada en crímenes tan horribles como los que ahora sufren en su propio territorio”. Por eso los ataques tienen una explicación lógica, argumentan, dentro de la Guerra contra el imperialismo yanqui. Es decir, los americanos están probando su propia medicina.

De este modo, la nota distintiva de los medios españoles es que se introduce el tema del terrorismo quizá de modo más frecuente que en los medios americanos (que por aquel entonces hablaban de “guerra”) por la familiaridad que tiene para sus lectores. Es decir, los medios aluden a cuestiones que están en la cultura política de sus audiencias, en su modo de comprender el fenómeno del terrorismo. Incluso se alude a un lenguaje compartido y a una simbología política común (del mismo modo que los medios en EE.UU. usaron Pearl Harbor).

Cada medio no sólo tiene una comprensión del mundo desde la cultura política propia de España, sino también desde su perspecti-

va de lo que supone el terrorismo, con sus connotaciones políticas y culturales propias, en las que reside la diferencia de enfoques, la relevancia de unos u otros. También el factor de proximidad y de localización del propio medio resulta determinante para comprender sus enfoques.

**Este material es para uso de la Universidad Nacional de Quilmes, sus fines son exclusivamente didácticos.
Prohibida su reproducción parcial o total sin permiso escrito de la editorial.**

BIBLIOGRAFÍA

ALTHEIDE, David y SNOW, Robert: "Toward a Theory of Mediation", *Communication Yearbook* 11, 1988, págs. 194-223.

ALTHEIDE, David: "Format and Symbols in TV Coverage of Terrorism in the United States and Great Britain", *International Studies Quarterly* 31, 1987, págs. 161-176.

ALTHEIDE, David: "Formats of Control and the Self", *Studies in Symbolic Interaction* 10, 1989, págs. 187-197.

AMADEO, Belén: *La aplicación de la teoría del framing a la cobertura de la corrupción política en Argentina (1991-1996)*. Tesis inédita, Universidad de Navarra, Pamplona, 1999.

ANDERSON, James A. y MEYER, Timothy P.: *Mediated Communication. A Social Action Perspective*. Sage, Newbury Park, 1988.

BARRERA, Carlos: "La 'batalla digital' española o los medios mediatizados", en Rodríguez, Roberto y Sádaba, Teresa: *Periodistas ante conflictos*. Eunsa, Pamplona, 1999, págs. 207-240.

BASS, Abraham: "Redefining the 'Gatekeeper' concept: a radio case study", *Journalism Quarterly* 46, 1969, págs. 69-72.

BATESON, Gregory: "A theory of play and fantasy" en *Steps to an Ecology of Mind: Collected Essays in Anthropology, Psychiatry, Evolution and Epistemology*. Ballantine Books, New York, 1972, págs. 177-193.

BATESON, Gregory: *Una unidad sagrada. Pasos ulteriores hacia una ecología de la mente*. Gedisa, Barcelona, 1993.

BENFORD, Robert D.: "You Could Be the Hundreth Monkey: collective action frames and vocabularies of motin within the Nuclear Disarmament Movement", *The Sociological Quarterly* 34 (2), 1993, págs. 195-214.

BENNETT, Lance W.: "An introduction to journalisme norms and representations of politics", *Political Communication* 13, 1996, págs. 373-384.

BENNETT, Tony: "Media, 'Reality', Signification", en Gurevitch, Bennett, Curran y Wollacott (eds.): *Culture, Society and the Media*. Menthuen, Londres, 1982, págs. 287-308.

BENTON, Marc y FRAZIER, P. Jean: "The Agenda Setting Function of the Mass Media at Three Levels of 'information holding'", *Communication Research* 3 (3), 1976, págs. 261-274.

BERGANZA, M^a Rosa: *Comunicación, opinión pública y prensa en la obra sociológica de Robert E. Park*. CIS, Madrid, 2000.

BERGER, Bennett: "Foreword", en E. Goffman: *Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience*. Northeastern University Press, Boston, 1986, págs. XI-XVIII.

BERGER, P.L. y KELLNER, H.: *La reinterpretación de la sociología*. Espasa Calpe, Madrid, 1985.

BERGER, Peter y LUCKMANN, Thomas: *La construcción social de la realidad*. Amorrortu, Buenos Aires, 1983.

BLEIS, H., BETSCH, T., y FRANZEN, A.; "Framing the framing effect: The impact of context cues on solutions to the 'Asian disease' problem", *European Journal of Social Psychology* 28, 1998, págs.287-291.

BLUMER, Herbert: *Symbolic Interactionism. Perspective and Method*. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, New Jersey, 1969.

BROSIUS, Hans-Bernd y EPS, Peter: "Prototyping through Key Events", *European Journal of Communication* 10(3), 1995, págs. 391-412.

BROWN, Richard: "The Gatekeeper reassessed: a return to Lewin", *Journalism Quarterly* 56, 1979, págs. 595-601.

BURKE, Kenneth: *Counter-Statement*. University of California Press, Berkeley, 1968.

BURKE, Kenneth: *Permanence and Change. An Anatomy of Purpose*. The Bobbs-Merrill Company, Indianapolis, 1965.

BURKE, Kenneth: *The Philosophy of Literary Form. Studies in Symbolic Action*. University of California Press, Berkeley, 1973.

BURKE, Kenneth: *The Rethoric of Religion*. University of California Press, Berkeley, 1970.

CAHILL, Spencer: "Erving Goffman", en Charon, Joel M.: *Symbolic Interactionism: an introduction, an interpretation, an integration*. Prentice Hall, Englewood fields, New Jersey, 1992, págs. 185-200.

CANEL, M^a José y SÁDABA, M^a Teresa: "La investigación académica sobre las actitudes profesionales de los periodistas. Una descripción del estado de la cuestión", *Comunicación y Sociedad* XII (2), 1999, págs. 9-32.

CAREY, James W.: *Communication as Culture*. Unwin Hyman, Boston, 1988.

CASSIRER, Ernst: *Filosofía de las formas simbólicas*. Fondo de Cultura Económica, México, 1971.

CATALÁN, Miguel: "Acerca de las nociones de verdad y objetividad en la información", *Comunicación y Estudios Universitarios* 7, 1997, págs. 139-145.

CHARON, Joel M.: *Symbolic Interactionism: an introduction, an interpretation, an integration*. Prentice-Hall, Englewood fields, New Jersey, 1992.

CIRLOT, Juan-Eduardo: *Diccionario de símbolos*. Labor, Barcelona, 1988.

COBB, Roger W. y ELDER, Charles, D.: *Participation in American Politics. The Dynamics of Agenda-Building*. The Johns Hopkins University Press, Baltimore, 1972.

COHEN, Akiba A. y WOLFSFELD, Gadi: *Framing the Intifada. People and the Media*. Ablex Publishing Corporation, Norwood, New Jersey, 1993.

COHEN, Bernard: *The Press and Foreign Policy*. Princeton University Press, NJ, 1963.

Consejo de Administración de RTVE, *Reflexiones sobre los medios de comunicación y el terrorismo*, RTVE, Madrid, 15 de enero de 2002, p. 7.

CRAGAN, John F. y SHIELDS, Donald C.: *Symbolic Theories in Applied Communication Research*. Hampton Press Cresskill, New Jersey, 1995.

D'ANGELO, P.: "News Framing as a Multiparadigmatic Research Program: A response to Entman", *Journal of Communication*, 52 (4), 2002, págs.870-888.

DADER, José Luis: *Periodismo y pseudocomunicación política. Contribuciones del periodismo a las democracias simbólicas*. Eunsa, Pamplona, 1983.

DE VREESE, C., JOCHEN, P. y SEMETKO, H.A.; "Framing Politics at the launch of the Euro: A Cross- National Comparative Study of Frames in the News.", *Political Communication*, 18, 2001, págs. 107-122.

DE VREESE, Claes H.; *Framing Europe: Television news and European integration*, Aksant, Amsterdam, 2003.

DEARING, James W. y ROGERS, Everett M.: *Agenda-Setting*. Sage, Thousand Oaks, California, 1996.

DENZIN, Norman K.: *Symbolic Interactionism and Cultural Studies*. Blackwell, Cambridge, Massachusetts, 1992.

DONATI, Paolo R.: "Political discourse analysis", en Diani, Mario y Eyerman, Ron: *Studying Collective Action*. Sage, Londres, 1992, págs. 136-167.

DUNCAN, Hugh Dalziel: "Introduction", en K. Burke: *Permanence and Change. An anatomy of Purpose*. The Bobbs-Merrill Company, Indianapolis, 1965, págs. XIII-XLIV.

DUNCAN, Hugh Dalziel: "La búsqueda de una teoría social de la comunicación en la sociología norteamericana", en Dance, Frank E.: *Teoría de la comunicación humana*. Troquel, Buenos Aires, 1973, págs. 321-358 y 422-453.

DUNCAN, Hugh Dalziel: *Symbols in Society*. Oxford University Press, New York, 1968.

ELDRIDGE, John: "News, Truth and Power", en The Glasgow University Media Group: *Getting the Message*. Routledge, Londres, 1993, págs. 3-33.

ELIADE, Mircea: *Imágenes y símbolos*. Taurus, Madrid, 1983.

ENTMAN, Robert M.: "Cascading activation: contesting the White house's Frame after 9/11", *Political Communication* 20, 2003, págs. 415-432.

ENTMAN, Robert M.: "Framing U.S. coverage of international news: contrasts in narratives of the KAL and Iran Air incidents", *Journal of Communication*, 41 (4), 1991, págs. 6-27.

ENTMAN, Robert M.: "Framing: toward clarification of a fractured paradigm", *Journal of Communication* 43 (4), 1993, págs. 51-58.

ENTMAN, Robert M.: *Democracy without Citizens*. Oxford University Press, New York, 1989.

FIRST, Ana: "Television and The Construction of Social Reality: an israeli case study" en McCombs, M.; Shaw, D.; Weaver, D. (eds): *Communication and Democracy*. Lawrence Erlbaum Associates, New Jersey, 1997, págs. 41-50.

FUNKHOUSER, Ray G.: "The Issues of the Sixties: an exploratory study in the dynamics of public opinion", *Public Opinion Quarterly* 37, 1973, págs. 62-75.

GAMSON, William A. y MEYER, David S.: "Marcos interpretativos de la oportunidad política", en McAdam, Doug; McCarthy, John D. y Zald, Mayer N.: *Movimientos sociales: perspectivas comparadas*. Istmo, Madrid, 1999, págs. 389-412.

GAMSON, William A.: "News as Framing", *American Behavioral Scientist* 33 (2), 1989, págs. 157-161.

GAMSON, William A.: *Talking Politics*. Cambridge University Press, New York, 1992.

GAMSON, William A. y MODIGLIANI, Andre: "Media Discourses and Public Opinion on Nuclear Power: A constructionist Approach", *American Journal of Sociology* 95 (1), 1989, págs. 1-37.

GANS, Herbert J.: *Deciding what 's news*. Constable, Londres, 1980.

GARCÍA AMILBURU, María: "La cultura como universo simbólico en la antropología de E. Cassirer", *Pensamiento* 209, 1998, págs. 221-244.

GARCÍA NOBLEJAS, Juan José: "Il framing: il senso delle parole ed il senso delle cose", *Perspectives On Communication*, December 2005.

- GEERTZ, Clifford: *La interpretación de las culturas*. Gedisa, Barcelona, 1990.
- GEERTZ, Clifford: *Tras los hechos*. Paidós, Barcelona, 1996.
- GIDDENS, Anthony y TURNER, Jonathan H.: *La teoría social hoy*. Alianza Editorial, Madrid, 1990.
- GIDDENS, Anthony: *Sociología*. Alianza Editorial, Madrid, 1998.
- GINER, Salvador; LAMO DE ESPINOSA, Emilio y TORRES, Cristóbal (eds.): *Diccionario de Sociología*. Alianza Editorial, Madrid, 1988.
- GITLIN, Todd: *The Whole World is Watching*. University of California Press, Berkeley, 1980.
- GOFFMAN, Erving: *Forms of Talk*. Basil Blackwell, Oxford, 1981.
- GOFFMAN, Erving: *Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience*. Northeastern University Press, Boston, 1986.
- GOFFMAN, Erving: *The Presentation of Self in Everyday Life*. Penguin Books, Harmondsworth, 1971.
- GOMBRICH, Ernest H.: *Art and illusion: a study in the psychology of pictorial representation*. Pantheon Books, New York, 1960.
- GOMIS, Lorenzo: *El medio media*. Seminarios y Ediciones, Madrid, 1974.
- GOMIS, Lorenzo: *Teoría del periodismo: cómo se forma el presente*. Paidós, Barcelona, 1991.
- GONZÁLEZ GAITANO, Norberto: "Hechos y valores en la narración periodística informativa", *Comunicación y Sociedad* II (2), 1989, págs. 31-60.
- GONZÁLEZ GAITANO, Norberto: *La interpretación y la narración periodísticas: un estudio y tres casos: Croacia, drogas, mujer*. Eunsa, Pamplona, 1997.
- GRABER, Doris: "Content and meaning. What 's it all about?", *American Behavioral Scientist* 33 (2), 1989, págs. 144-152.
- HACKETT, Robert A.: "Decline of Paradigm? Bias and Objectivity in News Media Studies", *Mass Communication Review Year Book* 5, 1984, págs. 251-271.

HACKETT, Robert A.: *News and Dissent. The Press and the Politics of Peace in Canada*. Alex Publishing Corporation, Norwood, New Jersey, 1995.

HARVEY, Lee: *Myths of the Chicago School of Sociology*. Avebury, Aldershot, England, 1989.

HERITAGE, John: "Etnometodología", en Giddens y Turner: *La teoría social hoy*. Alianza Editorial, Madrid, 1990, págs. 290-350.

IYENGAR, Shanto: *Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues*. The University of Chicago Press, Chicago, 1991.

JASPERSON, Amy E.; SHAH, Dhavan V.; WATTS, Mark; FABER, Ronald J.; FAN, David P.: "Framing and The Public Agenda: media effects on the importance of the federal budget deficit", *Political Communication* 15, 1998, págs. 205-224.

JAY, Anthony: *The Oxford Dictionary of Political Quotations*. Oxford University Press, Oxford, 1996.

JOAS, Hans: "Interaccionismo Simbólico" en Giddens y Turner: *La teoría social hoy*. Alianza Editorial, Madrid, 1990, págs. 112-154.

JOHNSON-CARTEE, Karen S.: *News Narratives and News Framing. Constructing Political Reality*. Rowman & Littlefield Publishers, Lanham, MD, 2005.

KANHEMAN D. y TVERSKY A.: "Choices, Values and Frames", *American Psychologist* 39 (4), 1984, págs. 341-350.

KLANDERMANS, Bert: "La construcción social de la protesta y los campos pluriorganizativos", en Enrique Laraña y Joseph Gusfield: *Los nuevos movimientos sociales: de la ideología a la identidad*. CIS, Madrid, 1994, págs. 183-220.

KLAPPER, Joseph: *Efectos de la comunicación de masas: poder y limitaciones de los medios modernos de difusión*. Aguilar, Madrid, 1974.

KUHBERGER, A.; "The framing of decisions: A new look at old problems", *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 62, 1995, págs. 230-240.

KUHN, Manfred: "Major Trends in Symbolic Interaction Theory in the past Twenty-five Years", en Manis, Jerome G. y Meltzer, Bernard N. (eds.): *Symbolic Interaction*. Allyn and Bacon, Inc, Boston, 1972, págs. 57-76.

LAKOFF, George: *Don't think of an Elephant. Know your Values and Frame the Debate*. Chelsea Green Publishing, 2004.

LANG, Gladys Engel y LANG, Kurt: "Watergate. An Exploration of the Agenda-Building Process", en Wilhoit, G.C. y DeBock, H. (eds): *Mass Communication Review Yearbook 2*, Beverly Hills, CA, Sage, 1981, págs. 447-468.

LICHTENBERG, Judith: "In defense of Objectivity", en Curran, James y Gurevitch, Michael: *Mass Media and Society*. Arnold, Londres, 1997, págs. 225-242.

LICHTENBERG, Judith: *Democracy and the Mass Media*. Cambridge University Press, Cambridge, 1990.

LIPPMANN, Walter: *Public Opinion*. Macmillan Company, New York, 1950.

LLANO, Alejandro: *El enigma de la representación*. Síntesis, Madrid, 1999.

LONG, Norton: "The local community as an ecology of games", *American Journal of Sociology* 44, 1958, págs. 251-261.

LÓPEZ-ESCOBAR, Esteban, LLAMAS, Juan Pablo y REY, Federico: "La agenda entre los medios: primero y segundo nivel", *Comunicación y Sociedad* IX, 1996, págs 67-89.

LÓPEZ-ESCOBAR, Esteban; McCOMBS, Maxwell y REY, Federico: "La imagen de los candidatos: el segundo nivel de la agenda-setting", *Comunicación y Sociedad* IX, 1996, págs. 39-65.

LÓPEZ-ESCOBAR, Esteban y SÁNCHEZ DE LA YNCERA, Ignacio: "Contexto y selección informativa", *Comunicación y Sociedad* III, 1990, págs 135-169.

MACINTYRE, Alasdair: *Tras la virtud*. Editorial Crítica, Barcelona, 1987.

MALINOWSKI, Bronislaw: *Los Argonautas del Pacífico occidental*. Península, Barcelona, 1975.

MANIS, Jerome G. y MELTZER, Bernard N. (eds.): *Symbolic Interaction*. Allyn and Bacon Inc., Boston, 1972.

MANNING, David: "The 'Gate Keeper': a case study in the selection of news", *Journalism Quarterly* 27, 1950, págs. 383-390.

MARTÍN ALGARRA, Manuel y LÓPEZ-ESCOBAR, Esteban: “La teoría dramática de la comunicación de Kenneth Burke. Análisis de un caso”, *Estudios en honor de Luka Brajnovic*. Eunsa, Pamplona, 1992, págs. 449-466.

MARTÍN ALGARRA, Manuel: “La objetividad en los periodistas españoles”, *Nuestro Tiempo*, Octubre 1992, págs. 116-125.

MARTÍN ALGARRA, Manuel: *La comunicación en la vida cotidiana. La fenomenología de Alfred Schutz*. Eunsa, Pamplona, 1993.

MARTÍN SERRANO, Manuel: “La mediación de los medios de comunicación”, en Moragas, Miguel de: *Sociología de la comunicación de masas, vol. I: escuelas y autores*. Gustavo Gili, Barcelona, 1985, págs. 141-162.

MARTÍN SERRANO, Manuel: *La mediación social*. Akal, Madrid, 1977.

McADAM, Dough: “Marcos interpretativos y tácticas utilizadas por los movimientos: dramaturgia estratégica en el Movimiento Americano Pro-Derechos Civiles”, en McAdam, Dough; McCarthy, John D. y Zald, Mayer N.: *Movimientos sociales: perspectivas comparadas*. Istmo, Madrid, 1999, págs. 475-496.

McADAM, Dough; McCARTHY, John D. y ZALD, Mayer N.: *Movimientos sociales: perspectivas comparadas*. Istmo, Madrid, 1999.

McCARTHY, John D.; SMITH, Jackie; ZALD, Mayer N.: “El acceso a la agenda pública y a la agenda del gobierno: medios de comunicación y sistema electoral”, en McAdam, Dough; McCarthy, John D. y Zald, Mayer N.: *Movimientos sociales: perspectivas comparadas*. Istmo, Madrid, 1999, págs. 413-441.

McCOMBS, Maxwell y EVAIT, Dixie: “Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la *agenda-setting*”, *Comunicación y Sociedad* VIII (1), 1995, págs. 7-32.

McCOMBS, Maxwell y GHANEM, Salma H.: “The Convergence of Agenda Setting and Framing”, en: Reese, Stephen; Gandy, Oscar y Grant, August (eds.): *Framing Public Life: perspectives on media and our understanding of the social world*. Lawrence Erlbaum, Mahwah, NJ, 2001.

McCOMBS, Maxwell y SHAW, Donald: “The Agenda-Setting Function of the Mass Media”, *Public Opinion Quarterly* 36, 1972, págs. 176-187.

McCOMBS, Maxwell y SHAW, Donald: "The Evolution of Agenda-Setting Research: twenty-Five years in the marketplace of ideas", *Journal of Communication* 43 (2), 1993, págs. 58-67.

McCOMBS, Maxwell y SHAW, Donald: *The Emergence of American Political Issues*. West, St. Paul, 1977.

McCOMBS, Maxwell: "Elaborating the Agenda Setting Influence of Mass Media", *Bulletin of the Institute for Communication Research* 7, Keio University, Tokio, 1976.

McCOMBS, Maxwell: "Explorers and Surveyors: Expanding Strategies for Agenda-Setting Research", *Journalism Quarterly* 69 (4):, 1992, págs. 813-824.

McDONALD, Donald: "Is Objectivity Possible?", en Merrill, J.C. and Barney, R.D.: *Ethics and the Press: readings in mass media morality*. Hastings House, NJ, 1975, págs. 69-88.

MEAD, George H.: *Espíritu, persona y sociedad*. Paidós, Buenos Aires, 1950.

MELTZER, Bernard N. y PETRAS, John W.: "The Chicago and Iowa Schools of Symbolic Interactionism", en Manis, Jerome G. y Meltzer, Bernard N.: *Symbolic Interaction*. Allyn and Bacon, Inc, Boston, 1972, págs.43-57.

MILLER, A. H.: *Terrorism. The media and the law*. Transnational Publishers, Dobbs Ferry, USA, 1982.

MINTZBERG, Henry: *La estructuración de las organizaciones*. Ariel, Barcelona, 1988.

MUÑOZ-TORRES, Juan Ramón: "Concepciones epistemológicas implícitas en los libros de estilo de El País, El Mundo y ABC", *ZER. Revista de Estudios de Comunicación* 9, 2000, págs. 227-318.

MUÑOZ-TORRES, Juan Ramón: "Objetividad, veracidad y pluralismo (a propósito de la invalidación de la *fairness doctrine*)", en López-Escobar, Esteban y Orihuela, José Luis, *La responsabilidad pública del periodista*. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra, Pamplona, 1988, págs. 421-432.

MUÑOZ-TORRES, Juan Ramón: “Objetivismo, subjetivismo y realismo como posturas epistemológicas sobre la actividad informativa”, *Comunicación y Sociedad*, VIII (2), 1995, págs. 141-171.

NELSON, Thomas; CLAWSON, Rosalee A. y OXLEY, Zoe M.: “Media Framing of a Civil Liberties Conflict and its Effect on Tolerance”, *American Political Science Review* 91 (3), 1997, págs. 567-583.

NEUMAN, W; JUST, M. y CRIGLER, A: *Common Knowledge*, University of Chicago Press, Chicago, 1992.

NORRIS, P y SANDERS, David.: “Message or Medium? Campaign Learning During the 2001 British general Election”, *Political Communication*.20, 2003, págs. 233-262.

PAN, Zhongdang y KOSICKI, Gerald M.: “Framing Analysis: an approach to news discourse”, *Political Communication* 10, 1993, págs 55-75.

PARSONS, Talcott: *Toward a General Theory of Action*. Harvard University Press, Cambridge, 1962.

PERINBANAYAGAM, R. S.: “Drama in Everyday Life”, *Studies in Symbolic Interaction* 8, 1995, págs. 121-141.

PIIKIN, Hanna F: *El concepto de representación*. Centro de Estudios Constitucionales, Madrid, 1985.

PRIDE, Richard A.: “How Activist and Media Frame Social Problems: critical events Vs performance trends for schools”, *Political Communication* 12, 1995, págs. 5-26.

PROSS, Harry: *La violencia de los símbolos sociales*. Anthropos, Editorial del Hombre, Barcelona, 1981.

QUIÑONERO, Juan Pedro: “Goya y el periodismo de mañana”, en Rodríguez, Roberto y Sádaba, Teresa: *Periodistas ante conflictos*. Eunsa, Pamplona, 1999, págs. 95-98.

RACHLIN, Allan: *News as Hegemonic Reality: American Political Cculture and the Framing of News Accounts*. Praeger. New York. 1988.

RAMOS, Alice: “*Signum*”: *de la semiótica universal a la metafísica del signo*. Eunsa, Pamplona, 1987.

REESE, Stephen; GANDY, Oscar y GRANT August (eds.): *Framing Public Life: perspectives on media and our understanding of the social world*. Lawrence Erlbaum, Mahwah, NJ, 2001.

REINARES, Fernando: "Teoría de la acción colectiva y participación política", en Pilar del Castillo: *Comportamiento político y electoral*. Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid, 1994, págs. 607-631.

RHEE, June Woong: "Strategy and Issue Frames in Elections Campaign Coverage: a social cognitive account of framing effects", *Journal of Communication*, 47 (3), 1997, págs. 26-48.

RITZER, George: *Teoría sociológica clásica*. McGraw-Hill, Madrid, 1993.

RIVAS, Antonio: "El análisis de marcos: una metodología para el estudio de las ciencias sociales", en Ibarra, Pedro y Tejerina, Benjamín: *Los movimientos sociales. Transformaciones políticas y cambio cultural*. Trotta, Madrid, 1998, págs. 181-215.

RODRIGO ALSINA, Miquel: *La construcción de la noticia*. Paidós, Barcelona, 1993.

ROGERS, Everett M.: *A History of Communication Study*. The Free Press, New York, 1994.

SÁDABA, Teresa y ZURUTUZA, Cristina: "Información sobre terrorismo: los casos de BBC y de TVE", *Actas del XVII Congreso Internacional de Comunicación, Profesionales para un futuro globalizado*. Ed. Eunate, Pamplona, 2003, págs. 425-436.

SÁDABA, Teresa: "Comunicación y conflicto terrorista: la 'segunda Transición' de los medios", en Rodríguez, Roberto y Sádaba, Teresa: *Periodistas ante conflictos*. Eunsa, Pamplona, 1999, págs. 125-139.

SÁDABA, Teresa: "Each to his own... September 11 in Basque Media", *Television and New Media* 3 (2). Sage, 2002, págs. 219-222.

SÁNCHEZ DE LA YNCERA, Ignacio y LÓPEZ-ESCOBAR, Esteban: "Los barruntos de Park. Antes de Chicago", *Revista Española de Investigaciones Sociológicas* 74, 1996, págs. 345-359.

SÁNCHEZ DE LA YNCERA, Ignacio: *La mirada reflexiva de G.H.Mead*. CIS, Madrid, 1994.

SÁNCHEZ SÁNCHEZ, José Francisco: “Objetividad y verdad en el discurso periodístico”, *Estudios de periodística 2. II Congreso de la Sociedad Española de Periodística*, Barcelona, 1994.

SAUSSURE, Ferdinand de: *Curso de lingüística general*. Losada, Buenos Aires, 1945.

SCHEUFELE, Dietram A.: “Agenda-Setting, Priming, and Framing Revisited: another look at cognitive effects of political communication”, *Mass Communication and Society* 3 (2&3), 2000, págs. 297-316.

SCHEUFELE, Dietram A.: “Framing as a Theory of Media Effects”, *Journal of Communication* 49, 1999, págs. 103-122.

SCHUDSON, Michael: “The Sociology of News Production Revisited”, en Curran, James y Gurevitch, Michael (eds.): *Mass Media and Society*. Edward Arnold, London, págs. 141-159.

SCHUTZ, Alfred: *Collected Papers I*. Martinus Nijhoff, La Haya, 1962.

SCHUTZ, Alfred: *Fenomenología del mundo social. Introducción a la sociología comprensiva*. Paidós, Buenos Aires, 1972.

SEBASTIÁN DE ERICE, José R.: *Erving Goffman. De la interacción focalizada al orden interaccional*. CIS, Madrid, 1994.

SEMETKO, Holli A. y CANEL, M^a José: “Agenda-Senders versus Agenda-Setters: television in Spain’s 1996 election campaign”, *Political Communication Journal* 14 (4), 1997, págs. 457-479.

SEMETKO, Holli A. y VALKENBURG Patti M.: “Framing European Politics: A Content Analysis of Press and Television News”, *Journal of Communication* 50, 2000, págs.93-109.

SFEZ, Lucien: *La Politique Symbolique*. Quadrige/Presses Universitaires de France, Paris, 1993.

SHAH D. H., WATTS M.D., DOMKE, D., FAN, D.P.: “News framing and cueing of issue regimes. Explaining Clinton’s public approval in spite of scandal”, *Public Opinion Quarterly*. 66, 2002, págs.339-370.

SHOEMAKER, Pamela J. y REESE, Stephen: *Mediating the message. Theories of Influences on Mass Media Content*. Longman, New York, 1991.

SHOEMAKER, Pamela J.: "Public Relations vs Journalism?", *American Behavioral Scientist* 33 (2), 1989, págs. 213-215.

SHOEMAKER, Pamela J.: *Gatekeeping*. Sage, Newbury Park, 1991.

SNOW, David A.; BURKE, E.; WORDEN, Steven K., BENFORD, Robert D.: "Frame Alignment Processes, Micromobilization, and Movement Participation", *American Sociological Review* 51, 1986, págs. 464-481.

SPAEMANN, Robert: *Lo natural y lo racional*. Rialp, Madrid, 1989.

STEBBINS, Robert A.: "Studying the Definition of the Situation: theory and field research strategies", en Manis, Jerome G. y Meltzer, Bernard N. (eds.): *Symbolic Interaction*. Allyn and Bacon, Inc., Boston, 1972, págs. 337-355.

SWANSON, Guy E.: "Interaction: Symbolic Interaction", en la *International Encyclopedia of the Social Sciences* vol.7, The Mac Millan Company & The free Press, 1968, pág.441-445.

SWILDER, Ann: "Culture in Action: symbols and strategies", *American Sociological Review* 51, 1986, págs. 273-286.

TAKESHITA, Toshio: "Exploring the Media's Roles in defining Reality: from issue-agenda setting to attribute-agenda setting", en McCombs, Maxwell; Shaw, Donald L., Weaver, David (eds.): *Communication and Democracy. Exploring The Intellectual Frontiers in Agenda-Setting Theory*. Lawrence Erlbaum Associates, New Jersey, 1997, págs. 15-27.

TANKARD, James: *Media Frames: approaches to conceptualization and Measurement*. Ponencia presentada en Communication Theory and Methodology Division Association for Education in Journalism and Mass Communication Convention, Boston, 1991.

TARROW, Sidney: *El poder en movimiento. Los movimientos sociales, la acción colectiva y la política*. Alianza Universal, Madrid, 1997.

THOMAS, William I.: "The Definition of Situation", en Manis, Jerome G. y Meltzer, Bernard N. (eds.): *Symbolic Interaction*. Allyn and Bacon, Inc., Boston, 1972, pág. 331-336.

THOMPSON, John B.: *Political Scandal. Power and Visibility in the Media Age*. Polity Press, Cambridge, 2000.

THOMPSON, John B.: *The Media and Modernity*. Stanford University Press, Stanford, California, 1995.

TODOROV, Tzvetan: *Théories du symbole*. Éditions du Seuil, Paris, 1977.

TOURAINE, Alain: *Sociología de la Acción*. Ariel, Barcelona, 1969.

TUCHMAN, Gaye: "La objetividad como ritual estratégico: un análisis de las nociones de objetividad de los periodistas", *CIC* 4, 1999.

TUCHMAN, Gaye: *Making News*. Free Press, New York, 1978.

VERES, Luis: "El signo perverso: sobre lenguaje, terrorismo y práctica periodística", *Revista Latina de Comunicación Social* 52, octubre-diciembre-2002.

VILLAIN, Dominique: *El encuadre cinematográfico*. Paidós, Barcelona, 1997.

WANG, X.T.; "Framing effects: Dynamics and task domains", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol.68, 1996, págs. 145-157.

WEAVER, David y ELLIOT, Swanzy Nimley: "Who sets the Agenda for the Media? A Study of Local Agenda-Setting", *Journalism Quarterly* 62, 1985, págs. 87-94.

WEAVER, David y WILHOIT: *The American Journalist. A portrait of U.S. Newspeople and their Work*. Indiana University Press, Bloomington, 1986.

ZALD, Mayer N.: "Cultura, ideología y creación de marcos estratégicos", en McAdam, Dough; McCarthy, John D. y Zald, Mayer N.: *Movimientos sociales: perspectivas comparadas*. Istmo, Madrid, 1999, págs. 369-388.

ZUCKER, Harold G.: "The Variable Nature of News Media Influence", en Brent D., Ruben (ed.): *Communication Yearbook*, 2. Transaction Books, New Brunswick, New Jersey, 1979, págs. 225-240.

**Este material es para uso de la Universidad Nacional de Quilmes, sus fines son exclusivamente didácticos.
Prohibida su reproducción parcial o total sin permiso escrito de la editorial.**

**Este material es para uso de la Universidad Nacional de Quilmes, sus fines son exclusivamente didácticos.
Prohibida su reproducción parcial o total sin permiso escrito de la editorial.**

Se terminó de imprimir
en el mes de Febrero de 2008
en los talleres gráficos de MINIGRAF
Bs. As. - Argentina
minigraf@speedy.com.ar