



Herramientas para el estudio del Nuevo periodismo electrónico o de medios sociales. La perspectiva de *framing* y análisis crítico discursivo de las etiquetas #The5Free, #Los5Libres y #TodosSomosAmericanos

Enrique Pérez Fumero¹; Yamile Haber Guerra²; Mercedes Duvergel Isaac³

Recibido: 28 de mayo de 2015 / Aceptado: 27 de noviembre de 2015

Resumen. Dada la participación cada vez más activa y creativa de @usuarios en el nuevo periodismo electrónico o periodismo de medios sociales, públicos y mensajes demandan una mayor conceptualización teórica. Mediante una perspectiva transdisciplinar que relaciona el texto, su organización discursiva y su contenido semiótico-informacional, este trabajo trata de ofrecer una nueva herramienta de análisis de acuerdo con las tendencias actuales de la red de *microblogging* Twitter. Luego de la explicación de su cuerpo metodológico, esta noción se aplica al estudio de caso de las etiquetas #The5Free, #Los5Libres y #TodosSomosAmericanos, surgidas el 17 de diciembre de 2014, y se confirma el modelo como vía de estudio de noticias y temas del momento.

Palabras clave: Nuevo periodismo electrónico; periodismo de medios sociales; #The5Free; #Los5Libres; #TodosSomosAmericanos.

[en] Tools for the Study of Social Media Journalism. The Framing Perspective and Critical Discourse Analysis of the Hashtags # The5Free, # Los5Libres and #TodosSomosAmericanos

Abstract. Due to the increase of participation more active and creative from @users in the new electronic journalism, or journalism of social media, publics and messages requires a major theoretical understanding and comprehension. Through a transdisciplinary perspective focuses on the text, its discursive organization and its semiotic-information content, the present research point out a new analysis tool, according the microblogging social network Twitter's development. After the explanation of its methodological corpus, we examine this motion into a study of case from a sample of the hashtags #The5Free, #Los5Libres and #TodosSomosAmericanos. It takes place under the events occurred between United-States and Cuba on december 17, 2014, and we confirm this framework like a new way for studying news and trending topics.

Keywords: New electronic journalism; journalism of social media; #The5Free; #Los5Libres; #TodosSomosAmericanos.

¹ Universidad de Oriente (Cuba)
E-mail: enriquepf@uo.edu.cu

² Universidad de Oriente (Cuba)
E-mail: yhaber@enet.cu

³ Universidad de Oriente (Cuba)
E-mail: merci@uo.edu.cu

Sumario. 1. Introducción. 2. Escenario del Nuevo periodismo electrónico, o periodismo de medios sociales. 3. Marco teórico. 4. Propuesta de modelo metodológico; 4.1. Organización discursiva; 4.2. Encuadres temáticos; 4.3. Interpretación semiótico-discursiva. 5. Metodología de análisis y muestra; 5.1 Características de la muestra. 6. Resultados; 6.1 Funciones básicas de encuadre; 6.2 Encuadres generales y tipos; 6.3. Interpretación semiótico-discursiva. 7. Conclusiones. 8. Referencias bibliográficas.

Cómo citar: Pérez Fumero, Enrique; Haber Guerra, Yamile; y Duvergel Isaac, Mercedes (2016): "Herramientas para el estudio del Nuevo periodismo electrónico o de medios sociales. La perspectiva de framing y análisis crítico discursivo de las etiquetas #The5Free, #Los5Libres y #", en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 22 (2), 879-897.

1. Introducción

El mediodía del 17 de diciembre de 2014, el mundo fue testigo de uno de los hechos noticiosos más importantes del año. Los presidentes, norteamericano Barack Obama, y cubano Raúl Castro, comparecieron ante las cámaras para anunciar el restablecimiento de las relaciones diplomáticas interrumpidas desde enero de 1961; la liberación de un ciudadano de Estados Unidos y un subcontratista de USAID, Alan Gross, intercambiados por los agentes cubanos Gerardo Hernández, Ramón Labañino y Antonio Guerrero, y el comienzo de una nueva política respetando la democracia, la soberanía y los principios que han marcado históricamente a ambos pueblos.

Concluida la alocución de ambos mandatarios, se desató la conversación pública de millones de seguidores y usuarios de las redes sociales quienes se sumaron utilizando las etiquetas #Los5Libres, #The5Free y #TodosSomosAmericanos y mencionando además en sus textos a @BarackObama y a @RaúlCastro.

Este trabajo presenta un nuevo modelo metodológico para el análisis de noticias y comportamientos, vista la participación activa y creativa de usuarios, periodistas, prosumidores y nativos digitales en el entorno del nuevo periodismo electrónico, o periodismo de medios sociales. Para ello tomamos como estudio de caso a la red social Twitter y los mensajes etiquetados con #The5Free, #Los5Libres y #TodosSomosAmericanos. La creación de un instrumento basado en las estrategias de encuadre y análisis crítico del discurso, ofrecerá otras perspectivas para el estudio de noticias, temas del momento y eventos discursivos.

2. Escenario del Nuevo periodismo electrónico, o periodismo de medios sociales

Nuevo periodismo electrónico (Pérez Fumero, 2015), o periodismo de medios sociales (Martínez Gutiérrez, 2013: 96), forma parte de un sistema operativo para los límites de este trabajo. Los adjetivos digital o electrónico aluden al soporte tecnológico del que se sirve en contraposición a los medios tradicionales que son analógicos.

Entendemos por Nuevo periodismo electrónico: aquellas prácticas informativas contentivas de las modernas dimensiones que asume el sistema de comunicación

social, e involucra a personas (periodistas o no), para participar activa y políticamente dentro de la industria mediática.

Pretendemos establecer tales dimensiones mediante los sistemas categoriales siguientes:

- La redefinición de la profesión periodística y de los géneros periodísticos: más que géneros, devienen espacios plurales para la actuación y participación de las audiencias creativas en el discurso público y político de la sociedad, interactuando con contenidos.
- La simbiosis del hipertexto y de los enlaces: siguiendo los modelos de pirámide tumbada (Canavilhas, 2007), e invertida horizontal (Franco, 2008), asume una retórica propia que aproveche las posibilidades interactivas de sindicación hipertextual como estructura no lineal de nodos y enlaces (Favaretto, 2011).
- Las nuevas técnicas de producción, apropiación, recepción y transmisión de noticias y sentidos: capacidad progresiva que tienen los nativos digitales y ciudadanos-usuarios de construir y participar de la realidad por medio de selección y distribución de contenidos, y el uso que hacen los periodistas de las herramientas de las ciencias sociales y humanísticas (Patterson & Lehman, 2012).
- El redimensionamiento epistemológico, ético y deontológico del periodismo como bien social: conjunto de relaciones sociales, bidireccionales y dialógicas que tienen lugar dentro de la convergencia entre medios sociales, sistema político y audiencias creativas.

El ecosistema digital actual, no es solo la plataforma tecnológica de unas cada vez más ampliadas relaciones económicas, sino también un soporte de intercambio de formas simbólicas que contribuyen a conformar comunidades de sentido. El NPE, se presenta entonces como una práctica democrática dentro de los nuevos medios, y los servicios de redes sociales, nodo de múltiples relaciones internas y externas, producción y apropiación, en un contexto de importantes cambios económicos, políticos y sociales.

Frente a iniciativas mal planteadas, con esquemas periodísticos, políticos y mentales del siglo pasado, el Nuevo periodismo electrónico pivota sobre el ciudadano. Al vincular un ejercicio periodístico profesional y ciudadano; participativo y democrático en servicios de redes sociales como Twitter, es lo que hace que algunos medios hayan conseguido independencia respecto de los poderes fácticos, y es en este punto, donde cambia todo. Como en la política moderna, en el nuevo periodismo los usuarios-lectores jóvenes se inclinan por los modelos de participación y transparencia, y éstos, salvo excepciones, se suelen mover en la franja ideológica del centro-izquierda y la izquierda.

Periodismo digital, electrónico, numérico, abierto, participativo, web o ciber periodismo, periodismo de medios sociales... estamos asistiendo a la transformación permanente de la profesión y de los profesionales vinculados a este ejercicio. Crisis, adaptación, mediación y convergencia se ponen de manifiesto, en este contexto que seguirá redefiniéndose directamente con las herramientas

digitales como Facebook, Twitter, MySpace y a la sombra de monopolios como Google y Apple.

Sin embargo, las etiquetas, digital o electrónica, no hacen a un medio mejor que otro, no implican apenas nada. En términos de comunicación 2.0 y nuevo periodismo, es imprescindible que esas marcas vayan acompañadas de otras como: innovación, transparencia, participación, compromiso, independencia y desarrollo cualitativo. Y que además, bajo esas taxonomías se pueda hacer un periodismo responsable, basado en fuentes solventes y sostenibles, que cuente buenas historias que conecten con el ciudadano, aprovechando el potencial de las nuevas narrativas.

3. Marco teórico

Maxwell McCombs (1999: 152-168), uno de los principales teóricos de la agenda setting, identificó 5 motivaciones por las cuales las personas hacen suya la agenda de los medios: *Self-Interest* (interés propio); *Civic Duty* (deber cívico); *Avocation* (distracción); *Emotion* (emoción) y *Peer Influence* (influencia de par). Si los ciudadanos se apropian de la agenda de los medios y hoy compiten con la información que estos les brindan en las redes sociales, resulta pertinente indagar en la manera en que los públicos seleccionan, escogen, interpretan y encuadran los temas y el contexto discursivo que los rodea en esos actos interpretativos. De este modo estamos en presencia de un segundo nivel de agenda o *framing*⁴ (McCombs, 1997; Reese, Gandy & Grant, 2001), también conocido como “marco”, “formato”, “cuadro” y “enfoque” (Amadeo, 1999; Sádaba, 2001).

Framing, implica para Robert Entman (1993: 52) “seleccionar algunos aspectos de la realidad percibida, haciéndolos más sobresalientes en el texto comunicativo, de tal manera que consigan promover una definición del problema particular, una interpretación causal, una evaluación moral y/o una recomendación de tratamiento para el asunto descrito”. Hoy deviene una importantísima herramienta de análisis aplicada por las ciencias de la comunicación en las coberturas de noticias y para determinar estrategias de encuadre a corto y largo plazo (Bryant & Miron, 2004; Entman, 2004; Borah, 2011) y sindicación y marginalización (Schwalbe, 2013; Xu, 2013).

El investigador Gaye Tuchman sintetizó la definición “goffmaniana” (1986) de los marcos, en su obra *Making news* publicada en 1978, con la metáfora de que la noticia era una ventana para mirar los acontecimientos del mundo, si bien la vista estaba determinada por las dimensiones del ventanal, o lo claro u opaco de su cristal. Aquí son importantes las maneras de producir la noticia y siguiendo a James Tankard (1991: 5), “mediante un proceso de selección, énfasis, exclusión y elaboración”. Tankard recurrió al análisis del formato y al contenido de las

⁴ Los orígenes de la teoría del framing se hayan en la sociología interpretativa y los aportes de las escuelas de Chicago, la etnometodología y la fenomenología. Fue el antropólogo inglés Gregory Bateson (1972) quien había acuñado el concepto de *frame* en 1955. Sin embargo, Erving Goffman (1986) en su libro *Frame analysis. An essay on the organization of Experience*, recupera el concepto de marco introducido por Bateson en la psicología y lo traslada a la sociología para explicar la organización de los acontecimientos en la mente de las personas y en la sociedad en su conjunto.

noticias. Con estos elementos se subrayan ideas y se esconden otras, de manera que el *framing* es jerarquización de información.

Pero esta jerarquía separa otros elementos anónimos que aunque no aparezcan publicados forman parte de la realidad. Por eso, Sthepen Reese (2001: 80), define a los *frames* como “principios de organización compartidos socialmente, persistentes en el tiempo y que trabajan simbólicamente para estructurar con significado el mundo social”.

Juan José Igartua y otros académicos (2004), plantean que el concepto de encuadre se refiere “al ángulo, enfoque, perspectiva o tratamiento de una información que se manifiesta en la elección, énfasis o importancia atribuida a los diferentes elementos”. Scheufele y Tewksbury (2007: 12), apuntaron que el *framing* es una herramienta muy valiosa para simplificar temas complejos y presentarlos como esquemas de interpretación en las audiencias. Y Pablo López Rabadán⁵ (2010: 239), al relacionar la teoría de encuadre en los medios de comunicación describe dos procedimientos que determinan la construcción y encuadre del mensaje periodístico “selección temática y organización discursiva”.

En síntesis, *frame*, es un marco o encuadre y *framing*⁶ es un enmarcamiento interpretativo de un tema, a través de la selección, jerarquía, escrutinio y relevancia de símbolos y atributos dentro del mismo tema en un texto periodístico. Tankard (2008) sugirió que el pensamiento en términos de encuadre, obliga a los investigadores a ser más específicos en la hegemonía de los media y en esa discusión que implica además la distribución y abuso del poder, Entman (2007), sintetizó que la *agenda setting*, *priming*⁷ y *framing* servían juntos como herramientas de poder. Y entre esos actores también se encuentran los usuarios de las redes sociales, como Twitter.

Pero como esta investigación se apropia de dos herramientas transdisciplinares, aquí también relacionamos el análisis crítico del discurso para la posterior elaboración del modelo metodológico de análisis.

Cada hecho que adquiere renombre en la prensa es objeto de múltiples encuadres e interpretaciones por quienes crean modelos mentales o representaciones subjetivas de los hechos y situaciones para entender la naturaleza de los textos. Siguiendo al investigador Teun A. van Dijk, la comprensión del discurso se realiza por “un modelo mental, y creamos nuestro propio modelo personal de un texto aplicando nuestro conocimiento general, socioculturalmente compartido” (2010: 172). A su vez, el especialista holandés también denota la importancia de los “modelos contextuales”, como otra forma de construir y

⁵ Pablo López Rabadán junto con Miguel Vicente (2010) estructuran los estudios de *framing* en tres etapas: una fase de formación (1974-1990), una segunda época de definición como especialidad de estudio mediático y de aplicación descontrolada (1991-1999) y, finalmente, la etapa actual de reorganización teórica y desarrollo empírico (desde 2000).

⁶ Otros autores como el profesor de la Universidad de Texas Clarke D. Harold, explican la teoría del framing desde la Psicología Cognoscitiva. El hecho de seleccionar e interpretar los marcos se debe a las informaciones conocidas y a las nuevas que nos permiten valorar y atribuirles significados a las cosas.

⁷ El efecto *priming* es el resultado de unir la agenda de temas (*agenda-setting*) y el encuadramiento de estos temas (*framing*). El efecto *priming* o “preparación del público”, fue conceptualizado por Shanto Iyengar y Donald Kinder (1987), con relación a la selección de ciertos asuntos de interés y la exclusión de otros. Estos dos niveles superiores de la *agenda setting*, *framing* y *priming*, nos permiten desarrollar estudios desde actores sociales diferentes a los medios de comunicación.

gestionar conocimientos, visto que las personas, los frames y los media, adaptan sus maneras de hablar y de escribir a determinadas situaciones lingüísticas.

El discurso es un acto o evento comunicativo en el que participan diversos actores con igual número de roles, en una situación específica y determinado por otras características contextuales. Es un resultado “verbal, oral o escrito, del acto comunicativo, cuya unidad de uso (lenguaje) pertenece a la unidad teórica abstracta (texto) dentro del conocimiento lingüístico” (Londoño y Frías, 2011: 103).

Una revisión de los diversos enfoques que se han encargado de la relación entre el lenguaje y el discurso retrotrae los aportes de la psicología cognitiva (Turner, 1996) y la psicolingüística (Traxler y Gernsbacher, 2006), la semiótica (Eco, 1973, 1991) y el análisis conversacional (Sacks, Schegloff y Jefferson, 1974).

La vinculación del poder y la ideología aparece reflejada entre las investigaciones de Norman Fairclough, quien centra su interés en el análisis del discurso orientado textualmente (Londoño & Bermúdez, 2013). Para él “es una teoría, o un método, que está en una relación dialógica con otras teorías y métodos sociales, los cuales deben engranar en una transdisciplinariedad más que en una forma interdisciplinaria” (2001: 121). Este enfoque considera el discurso como práctica social, que puede ser transgredido y a su vez está constituido por otros sistemas de lenguajes, de modo que resulta imprescindible una búsqueda semiótica para entender por ejemplo las relaciones entre el discurso, la gramática, la morfosintaxis, los medios de comunicación y los públicos.

Por otro lado, los estudios cognitivos propuestos por van Dijk, consideran el ACD como un enfoque multidisciplinario que incluye la lingüística, la pragmática y la semiótica. Su propuesta tiene en cuenta la micro, la macro y la super estructura en el diálogo texto-contexto del conocimiento. Aquí se analizan la sintaxis de cada oración que conforma un párrafo; el tema como eje transversal de un texto y finalmente la forma, como una manera de marcar un estilo determinado. En este caso el discurso es un evento comunicativo amplio, con una fuerte carga ideológica (van Dijk, 2014). Estos últimos enfoques, el análisis del discurso orientado textualmente, de Fairclough y los estudios cognitivos de van Dijk, muestran una relación dialógica entre el poder, la ideología, el conocimiento y la semiótica permitiendo un análisis de los círculos de dominación y los dominados, junto con sus formas más extendidas.

Los especialistas en AD han suplido la carencia epistemológica de la teoría fundamentada en el discurso de los media, y esta discusión ya ha alcanzado el universo de los social media. La perspectiva lingüística de ACD ha sido eficaz en la investigación de cómo los movimientos sociales y grupos de interés protestan y resisten contra la opresión de los abusos de poder (Chiluwa, 2012) y en la manera en que las crisis socioeconómicas transgreden los límites políticos para ocupar el espacio de los social media mediante un proceso de re-semántica y re-escritura (Georgakopoulou, 2014). Vinculando estas realidades de framing y análisis crítico del discurso, desde el universo de las redes sociales, es necesaria la elaboración de un instrumento metodológico que explicaremos a continuación.

4. Propuesta de modelo metodológico

Luego de haber transitado por la definición del nuevo periodismo electrónico o de medios sociales y sus dimensiones categoriales, y presentar además, los principales resultados y avances teóricos de los métodos, la noción de *framing* y análisis crítico del discurso se presenta desde un enfoque múltiple: el estudio de su constitución discursiva, la determinación de sus tipologías de encuadre y su interpretación semiótica. Conocido este planteamiento, someteremos a discusión las nuevas herramientas que permitirán la construcción de la propuesta de modelo metodológico.

El estudio comienza con la selección de una muestra de los mensajes etiquetados con #The5Free, #Los5Libres y #TodosSomosAmericanos. Así se declara al *tweet* como unidad de análisis y práctica discursiva. Luego de seleccionar y clasificar los mensajes, el modelo propuesto concibe 3 grandes etapas: organización discursiva, encuadres mediáticos, e interpretación semiótico-discursiva.

4.1. Organización discursiva

La organización discursiva comprende el análisis de la morfosintaxis a través de las unidades que constituyen parte de las oraciones presentes en los *tweets*. Aquí se tiene en cuenta la gramática, los elementos lingüísticos y paralingüísticos constitutivos de los mensajes y su coherencia y organización dentro de la oración. En cada una de estas estructuras se analizarán las proposiciones a partir del uso de argumentos, las nominalizaciones, los verbos modales o auxiliares, los adverbios y las características de los predicados.

Paralelo a una búsqueda sintáctica, se tendrá en cuenta los elementos estilísticos y retóricos que orientan los individuos u agentes del conocimiento a través de diversos roles. Estas figuras retóricas nos permitirán descubrir las persuasiones evidentes en los *tweets* para enfatizar o resaltar alguna práctica discursiva.

El análisis de la macroestructura (los temas) presentes además en los mensajes permitirá una búsqueda mucho más centrada en la característica social de este evento comunicativo. Aquí se estudiarán los actores del discurso y sus grados de abstracción, implicaciones, metáforas y otras estructuras semióticas.

4.2. Encuadres temáticos

En la segunda etapa, Encuadres mediáticos, se plantean 6 categorías de análisis interpretativo que profundizan en la organización del encuadre y en su tipología, siempre adaptando estas perspectivas al universo de los *tweets*. En este punto se medirán las 4 funciones básicas de encuadre (Entman, 1993: 52), (definición del problema, atribución de responsabilidad, valoración moral, y recomendación de tratamiento), a partir del uso de palabras clave y algunos recursos discursivos como asociación, comparación y ejemplificación. Otra categoría investiga los encuadres genéricos, específicos y tipos (De Vreese et al., 2001), (Semetko y Valkenburg, 2000).

De esta forma se pueden encontrar encuadramientos específicos, a partir de la construcción retórica, estilística y argumentativa.

Los *framings* genéricos (Álvarez López, 2004: 326) se caracterizaron por:

- *Framing* de autoridad: este tipo de encuadre busca dar autoridad al argumento.
- *Framing* de analogía: las personas encuadran los temas mediante el uso de argumentos que recurran a las analogías entre temas, personas o palabras.
- *Framing* de causas y consecuencias: el fin de este encuadre es relacionar las causas y consecuencias a partir de los argumentos de las personas.
- *Framing* de ejemplos: las personas encuadran sus ideas en relación con ejemplos citados en los tuits.
- *Framing* económico: las personas encuadran los argumentos a partir de consecuencias económicas.

Los *framings* tipo responden en exclusiva a objetivos de esta investigación:

- *Framing* de valoraciones positivas, negativas y neutrales.
- *Framing* religioso.
- *Framing* de cambio
- *Framing* de ataque.
- *Framing* de defensa.

Y por último, en esta etapa se analizan las referencias, ideológicas, periodísticas, políticas y culturales, que identifican la relaciones de contenido establecidas en los mensajes, mostrando puntos de referencia entre las estrategias de encuadre antes mencionadas y palabras clave significativas para determinados contextos marcados por su ideología, la política, el sentido cultural o periodístico.

4.3. Interpretación semiótico-discursiva

La tercera etapa del instrumento metodológico, la interpretación semiótico-discursiva, comprende el análisis estadístico desde la aplicación de escritorio STELA, para la minería de redes sociales, que forma parte de un proyecto de investigación mayor realizado por un equipo de informáticos de la empresa DATYS Tecnología & Sistemas⁸, división sistema de gestión de contenidos, en Santiago de Cuba.

El software STELA se ocupa de recuperar la información generada en Twitter, *on line*, o hasta un período de 7 días precedentes, a partir de diversos criterios que se pueden ampliar o reducir de acuerdo con las necesidades de los investigadores y el tema en cuestión. Nos referimos a las palabras clave, el uso de las almohadillas y las direcciones electrónicas, el idioma de los mensajes y si estos han sido emitidos desde, o para una cuenta en particular. Por otro lado, la aplicación identifica algunas estadísticas dentro de un tema global específico que están dadas por los

⁸ Para más información, consúltese: <http://www.datys.cu>

mensajes negativos, neutros y positivos; los principales usuarios que participan en los *trending topics*, la mayor cantidad de mensajes publicados en un día, entre otras.

En STELA, se utiliza el algoritmo no supervisado SAHO, para la detección de polaridades⁹. Este proceso consiste en limpiar el texto del *tweet* de las direcciones electrónicas, letras repetidas, los símbolos de (#) a las almohadillas, y el reemplazo de los emoticones por palabras o conjunto de palabras. Luego se aplica una suma de un valor asociado a los términos en un corpus que puede ser (positiva, muy negativa, negativa, muy negativa o neutra) y se le asigna la polaridad (> 0 positivo, 0 neutral, < 0 negativa) asociado al valor resultante de la suma.

Se tendrán en cuenta los reportes de sentimientos positivos, negativos y neutrales, que están determinados por las posiciones políticas e ideológicas que asumen los prosumidores al escribir mensajes con las etiquetas #The5Free, #Los5Libre y #TodosSomosAmericanos. También se obtendrán los datos de los usuarios más participativos por su actividad de *twitrear* o *retwitrear* mensajes en el evento, y los más influyentes, que se obtienen por la cantidad de seguidores con cuentas reales que aparecen en la red de *microblogging*. Otras estadísticas muestran los reportes de las almohadillas más empleadas en los mensajes, un mapa conformado por las geolocalizaciones de los autores de *tweets*, y por último, los usuarios y las direcciones electrónicas más referenciadas en el marco de 140 caracteres.

La valoración hermenéutica de esta información que se presentará en forma de gráfico, sobre lo que está escrito y lo que está ausente, ayudará a comprender los encuadres discursivos que los medios han socializado en las personas y la manera en que los grupos dominados se enfrentan a tales proposiciones y socializan otras pertenecientes a su imaginario. La segunda parte de la interpretación semiótico-discursiva se orienta a partir del análisis ideológico donde se demostrarán con ejemplos los valores de concretización, y comparación negativas. Se tendrán en cuenta los grados de abstracción evidenciados en la generalización de argumentos, la polarización Nosotros/Ellos, los móviles de compasión, las advertencias y las presuposiciones.

Para una mayor comprensión de la propuesta de modelo metodológico, elaboramos el siguiente esquema:

Tabla 1. Selección y clasificación de los tweets. Elaboración propia

Organización discursiva	Encuadres mediáticos	Interpretación semiótico-discursiva
1. Análisis morfosintáctico - gramática, signos lingüísticos y paralingüísticos, coherencia en la frase - proposiciones: argumentación,	1. Identificación de cuatro funciones básicas de encuadre (Entman, 1993) 2. Encuadres genéricos y tipos (Álvarez López, 2004) 3. Análisis de referencias	1. Análisis estadístico - reporte de sentimientos positivos, negativos y neutrales - usuarios más participativos, más influyentes y más

⁹ El método no supervisado para la clasificación de polaridad en Twitter ya transita por su segunda versión. Para más información sobre el primer estudio realizado por los investigadores Reynier Ortega, Adrián Fonseca, Yoan Gutiérrez y Adrián Montoyo (2013), consúltese: <http://aclweb.org/anthology/S/S13/S13-2083.pdf>

nominalización, verbos modales o auxiliares, adverbios, predicados - elementos estilísticos y retóricos 2. Análisis temático (macroestructuras) - temas y significados locales. - actores informativos (usuarios, instituciones, grupos, partidos políticos - implicaciones discursivas, metáforas	ideológicas 4. Análisis de referencias periodísticas 5. Análisis de referencias políticas 6. Análisis de referencias culturales	referenciados. - almohadillas más empleadas y direcciones electrónicas más referenciadas 2. Análisis ideológico - valores de concretización, comparación negativas - la polarización Nosotros/Ellos, los móviles de compasión, las advertencias y las presuposiciones
Interpretación de datos		
Propuesta de conclusiones		

5. Metodología de análisis y muestra

La metodología propuesta es la noción de framing (Entman, 2007; Tankard, 2008; Sádaba, 2008; López, 2010) y análisis crítico discursivo (van Dijk 2010, 2014; Fairclough, 2011; Londoño & Bermúdez, 2013), la cual busca un equilibrio metodológico cuantitativo, “pues los procesos de interacción social y del comportamiento personal implican tanto aspectos simbólicos como elementos medibles” (Delgado y Gutiérrez apud. Álvarez & Barreto, 2010: 139), y la técnica específica a utilizar es el análisis de contenido (Matthes & Kouring, 2008). Siguiendo a Cándido Monzón (1996), es una técnica “que depende fuertemente del material a analizar y los objetivos perseguidos en la investigación; por ello, en cierto modo, hay que inventar la técnica o adecuarla a cada situación”.

Estos enfoques aplicados al universo de las redes sociales en especial Twitter, han favorecido la construcción de un método basado en sus especificidades de texto, contexto, ideología y semiótica, asumiéndose una perspectiva transdisciplinar de investigación propia para el caso que se analiza.

Visto que la propuesta de modelo metodológico es amplia y exhaustiva en sus tres fases, por razones operativas optamos por analizar la segunda y la tercera. La primera, la organización discursiva, aportaría una aproximación completa desde el análisis constitutivo de los mensajes, pero necesitaría un tiempo y espacio mayores de investigación. Sugiriendo una búsqueda general a *posteriori*, reducimos el estudio del modelo metodológico a los encuadres mediáticos y la interpretación semiótico-discursiva, además de que aquí radica la principal novedad de las herramientas para la investigación de las perspectivas de *framing* y análisis crítico del discurso. En consecuencia, presentaremos la identificación de las cuatro funciones básicas de encuadre y la determinación el cumplimiento de los encuadres genérico o de tipo.

De manera paralela se ilustrarán en forma de gráfico las estadísticas antes mencionadas y que son el resultado de la aplicación del software STELLA. Y por último, los valores de concretización y la polarización de grupo de pertenencia o ajeno.

5.1. Características de la muestra

Como se declaró y justificó anteriormente en la práctica del nuevo periodismo electrónico o de medios sociales, esta investigación toma como caso de estudio a la red social Twitter (Vid Supra, epígrafe 2) y específicamente a un evento comunicativo de alto perfil de polarización internacional: el anuncio de la voluntad de los presidentes Barack Obama y Raúl Castro para restablecer las relaciones diplomáticas entre Estados Unidos y Cuba y el intercambio de presos políticos entre ambos países.

La aplicación de un caso monográfico concreto, facilita el desarrollo teórico y metodológico de la investigación y permitirá llegar a conclusiones reales en torno a las hipótesis de partida. Sin embargo, y a pesar de que se propone la noción de framing y análisis crítico discursivo, este tipo de estudios requieren del concurso de otras disciplinas y áreas del conocimiento, las cuales ayudarían a tener un complemento más generalizada del fenómeno en cuestión que formaría parte de otras reseñas.

Luego de la alocución de los mandatarios Obama y Castro efectuada el 17 de diciembre de 2014, tomamos como universo los 7 días siguientes hasta el 24 del mes en cuestión completando una semana, y en la cual se pudieron almacenar 21803 mensajes escritos en inglés, español, francés e italiano. En cada uno de ellos, los autores desde sus más variadas formas de abstracción, conformaban los *tweets* con alguna de las almohadillas siguientes: #The5Free, #Los5Libres y #TodosSomosAmericanos, criterio de búsqueda jerarquizado desde la aplicación del software STELLA. Esta muestra se considera suficientemente representativa para nuestros objetivos y a la cual se le aplicó el modelo metodológico propuesto.

6. Resultados

Presentamos a continuación dos tipos de resultados: una aproximación sobre determinadas tipologías de encuadre de los *tweets* y una interpretación semiótica discursiva, en torno a referencias de *background* presentes en el contenido de los mismos.

6.1. Funciones básicas de encuadre

De la investigación realizada, se constata el cumplimiento de las cuatro funciones básicas de encuadre. La primera de ellas, “Definición del problema” se cumple de manera total 100%, mientras que las otras tienen una presencia moderada, “Atribución de responsabilidad” 35%, “Valoración moral” 18% y “Responsabilidad de tratamiento” 10%, en toda la muestra. Vamos a ilustrar con ejemplos.

El júbilo por el regreso a Cuba de Gerardo Hernández, Antonio Guerrero y Ramón Labañino y el anuncio del restablecimiento de las relaciones diplomáticas funciona como columna vertebral en la mayoría de los *tweets*. Estas ideas se remarcan en algunos mensajes como los enviados por @ferminadaza30: “#Cuba despierta con una tremenda noticia #Los5libres #The5free”, y @samuelcnn: “Top

hashtag on Twitter in Cuba right now #The5Free / #Los5Libres Lo más destacado en Twitter ahora en Cuba <http://t.co/M9jSf...>”

Otras ideas también sobresalen citando las palabras del presidente Obama en su discurso. El usuario @TRevSaidSo *twitteo*: “#TodosSomosAmericanos and Cuban cigars for all!”, y @german_ortiz dijo: “Fantástico poder ver en vivo a @BarackObama anunciar nueva era en la relación de EEUU con Cuba, después de 50 años! #todo...”

Los recursos discursivos detectados en esta función se mantuvieron con bajas frecuencias: asociación 13%, ejemplificación 5% y la ausencia de comparaciones. Analicemos el recurso asociación mediante el *tweet* escrito por @salvatore300: “La ética, la resistencia, #Fidel, #Raúl UNA VICTORIA ÉPICA DEL PUEBLO DE #CUBA; #EEUU #The5Free #Los5Libres #miami”. Aquí se asocia el regreso de los prisioneros cubanos con “una victoria épica” y la utilización de la mayúscula remarca la intención ideológica desde el texto.

La “Atribución de responsabilidad” no deja de ser importante en la muestra con 35% de presencia. No se detectaron los recursos discursivos de asociación y comparación, mientras que la ejemplificación alcanzó un 2%. Así mostramos el texto del usuario @doriandiaz cuando escribió: “Histórico, un día en que estos tres nombres ganan: Raúl Castro, Barack Obama y papa Francisco. #todossomosamericanos”. Nótese como responsabilizan a los tres jefes de estado en el éxito internacional que representó la jornada del 17 de diciembre de 2014.

En relación con la tercera función “Valoración moral”, alcanzó un 18%. Los recursos discursivos denotan otra baja frecuencia: asociación, 1%; comparación, 3%; y ejemplificación, 5%. Dado que la variable ejemplificación fue la de mayor frecuencia, analicemos algunos mensajes, como el enviado por @MariaSilvita_95: “#The5free AL FINAL LA INJUSTICIA SE ACABA.NUESTROS HÉROES PODRAN REUNIRSE CON SU FAMILIA.LOS QUEREMOS HERMANOS!!!! <http://t.co/Zijc9Me2XI>”. Moralmente este usuario valora el hecho como una injusticia que ha terminado.

La cuarta función “Responsabilidad de tratamiento” alcanzó un 10%. Los recursos discursivos: asociación, 6%; ejemplificación, 8%; y la ausencia de comparación. Dado que la ejemplificación fue el indicativo mayor, analicemos algunos mensajes. @GonzaloWancha escribió: “#Obama realza los valores del sueño americano ejemplificado en el #Miami multiétnico, con un #TodosSomosAmericanos en español #EEUU #Cuba” y @jgamorin dijo: “Ojalá en poco tiempo recordemos éste como el día en que empezó a renacer la Democracia en Cuba. #TodosSomosAmericanos <http://t.co/89Yb1lcmjk>”.

En resumen, y a partir de la muestra analizada, se identifican las 4 funciones básicas de encuadre. Estas están determinadas, de manera específica, por la decisión de ambos mandatarios de restablecer las relaciones diplomáticas, el agradecimiento al Papa Francisco y la comparación del 17 de diciembre, como una jornada histórica para América y el mundo.

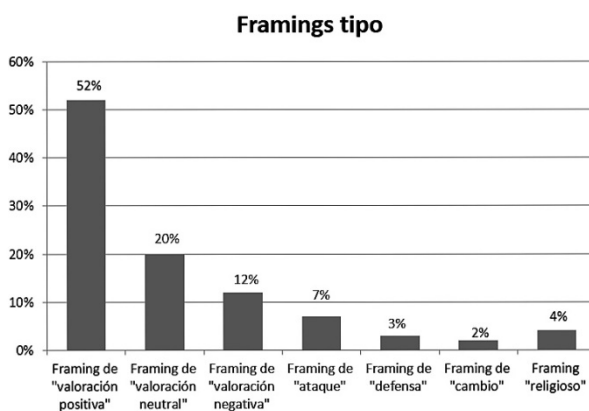
6.2. Encuadres generales y tipos

Como segundo resultado de la investigación, analizaremos los *framings* generales y tipos. De la muestra investigada, se destacan el encuadre de autoridad 25%,

seguido por el *framing* de analogía 15%, unido al encuadre de ejemplos 12%, y los *framings* de causas y consecuencias 8% y económico 2%. Analicemos un ejemplo del encuadre de autoridad mediante el texto de @kinoptika: “GREAT SPEECH FROM A GREAT PRESIDENT! #TodosSomosAmericanos #BarackObama #AlanGross #CubaEmbargo #LiftTheEmbargo”.

Es evidente como la balanza permanece estática cuando se compara a un gran discurso con un gran presidente, desde el contexto que se analiza y otra vez la presencia de los caracteres en mayúsculas denota la autoridad del mandatario y la importancia política de su intervención. Y en relación con los encuadres tipo, se comportaron de la manera en que se muestran a continuación:

Gráfico 1. Encuadres (framings). Elaboración propia



Por su marcado carácter, analicemos dos ejemplos de encuadres de ataque, mediante los mensajes de @ThibaudVezirian: “#TodosSomosAmericanos Tu ne sais plus si tu regardes un film, un documentaire historique ou un direct. #Obama”, y @RomFra: “Obama serait il en train de mériter son prix Nobel de la paix 5 ans plus tard ? #todossomosamericanos”.

Aquí es claro y manifiesto el ataque que se le hace al presidente Obama por las dudas que tienen los usuarios sobre la veracidad de su discurso, más la realidad concreta del Premio Nobel que le fuera conferido. Ambos textos aluden a discusiones anteriores y remarcan la manera en que los usuarios de Twitter responden discursivamente a los abusos de poder a los que son sometidos.

Por otro lado, existe una presencia importante de encuadres religiosos desde la impronta retórica del “pacto del Nazareno”, encontrado en el *tweet* de @ Quinkit: “+++ Dopo 52 anni, disgelo fra #Usa e #Cuba: Barack Obama e Raul Castro siglano 'el pacto del Nazareño' +++ (@fra_fuma) #todossomosamericanos”.

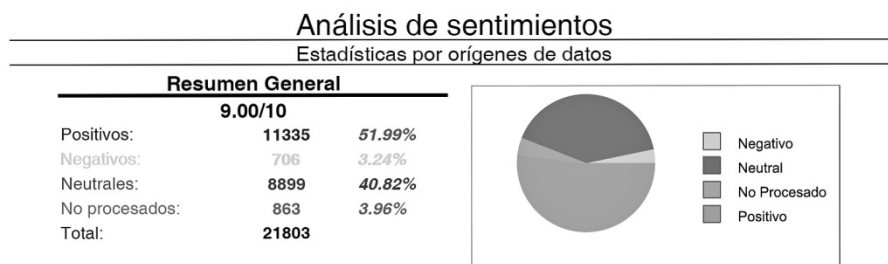
En resumen los encuadres generales y tipos se comportaron con bajas frecuencias, a pesar de que se remarca la importancia de la decisión tomada entre ambos presidentes. Se destacan igualmente los *framings* positivos y neutrales, en detrimento de los negativos, resultado que no es extraño a causa del contexto discursivo en que se produjeron los mensajes. Sin embargo, se pone en tela de juicio la autoridad de los mandatarios y sus acciones, a partir de los modelos

mentales que hacen las personas de los hechos y la política estatal socializada por la prensa de ambos países. Estas discusiones retrotraen zonas de dominación y abuso de información a las que son sometidas las personas.

6.3. Interpretación semiótico-discursiva

La tercera etapa del modelo metodológico propuesto comprende la “Interpretación semiótico-discursiva”, desde los exámenes estadístico e ideológico. Una de las descripciones seleccionadas luego de aplicar el software STELA en el tratamiento de la muestra de 21803 mensajes, en torno al evento comunicativo de #The5Free, #Los5Libres y #TodosSomosAmericanos, conformó el análisis de sentimientos, que quedó definido como aparece en el siguiente gráfico:

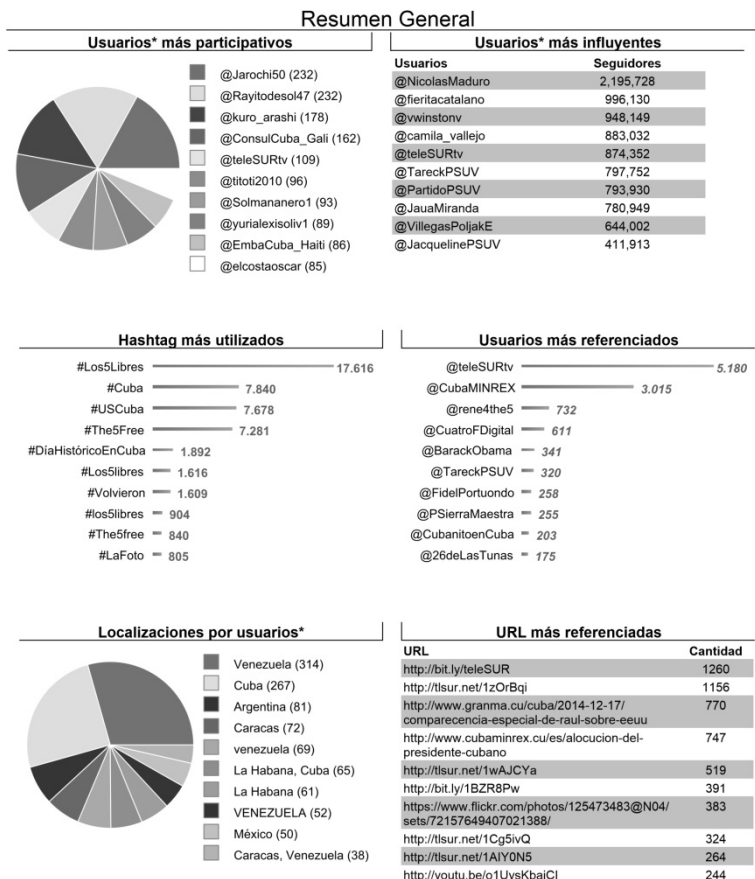
Gráfico 2. Análisis de sentimientos. Elaboración propia



Como se puede apreciar, constituyen mensajes positivos 11335, lo que equivale a un 51,99%. Este resultado es previsible por la naturaleza altruista y solidaria de las negociaciones entre dos países con diferencias establecidas hace más de 50 años. Sin embargo, los datos de 8899 *tweets* neutrales y 706 negativos, representantes del 40,82% y el 3,24% respectivamente, dan fe de otras respuestas que en materia discursiva emiten los usuarios sobre el caso de los cinco y sobre otras temáticas relacionadas. La determinación de los sentimientos a partir de los contenidos ideológicos que emiten los usuarios y sus seguidores en la red social, quedaría trunca si no se tienen en cuenta los orígenes de las cuentas, la naturaleza de los *retweets*, así como los sitios y las personas más influyentes dentro del evento comunicativo que se describe.

Como se evidencia en el gráfico 3, la mayoría de los usuarios, como participantes, influyentes o referenciados y sus geolocalizaciones están dentro de los límites mediáticos cubanos y latinoamericanos. Esta característica demuestra la amplia repercusión que tuvo para Cuba la jornada del 17 de diciembre de 2014, a partir de la legitimación política y simbólica que ha tenido el caso de los prisioneros cubanos desde su presencia en los medios. También se destacan otros usuarios de Venezuela, Argentina y algunos países europeos que aunque son menores, no dejar de ser importantes por los conocimientos y argumentos que brindan al hecho.

Gráfico 3. Resumen general. Elaboración propia



Como segundo examen dentro de la “Interpretación semiótica-discursiva”, corresponde el análisis ideológico. Tomemos como ejemplo práctico, la polarización ideológica de grupo de pertenencia y grupo ajeno manifestada en varios mensajes. El usuario @flerzund escribió: “#EEUU y #Cuba reanudan relaciones diplomáticas. Emocionante. Evo, y nosotros cuándo? #Chile #Bolivia #TodosSomosAmericanos.@BarackObama”.

En este mensaje, es evidente la comparación entre el restablecimiento de las relaciones entre Estados Unidos y Cuba y Chile y Bolivia. Sin embargo, los juicios de polarización también difieren a partir de los buenos y de los malos, en relación con los usuarios y los contrastes por oposición. @EstevenQuin y @ yedzenia escribieron respectivamente: “#TodosSomosAmericanos es lo que ha gritado LatinoAmerica siempre... pero como hoy lo dijo Obama ahora si le paran bolas... #NoMeJodas” y “Querido @BarackObama: todos excepto los estadounidenses ya lo sabíamos... Gracias de todos modos. #TodosSomosAmericanos”.

Las localizaciones de grupo de pertenencia y grupo ajeno sobresalen desde Cuba, América Latina e incluso desde Estados Unidos en relación con los

norteamericanos, detalles que hacen pensar en los valores de concretización política socializados y consumidos por las personas.

7. Conclusiones

De los resultados obtenidos se deriva una serie de conclusiones en torno a la perspectiva de *framing* y análisis crítico discursivo, aplicada a un evento comunicativo en Twitter que alude a la práctica del nuevo periodismo electrónico o de medios sociales.

Se confirman las hipótesis de partida. En un *trending topic* como el ocurrido el 17 de diciembre de 2014, utilizando las etiquetas #The5Free, #Los5Libres y #TodosSomosAmericanos, los usuarios de la red de microblogging encuadran su realidad en el marco de 140 caracteres o más, y responden discursivamente a los abusos de poder que otrora fueron sometidos. En la muestra analizada se detectan tendencias discursivas que dejan entrever el carácter generalizado que han tenido los temas de las relaciones diplomáticas entre Estados Unidos y Cuba y los hechos en torno a los prisioneros políticos, además de otras cuestiones internacionales como la presencia en la mayor de las Antillas de la base naval norteamericana en Guantánamo.

Existen, por otro lado, diversas referencias ideológicas, políticas y culturales de *background* que se manifiestan en el discurso que emplean los usuarios de Twitter, sin importar sus grados de abstracción. Estas características apuntan a los encuadramientos específicos que emplean los medios de comunicación en los temas más destacados por las audiencias para ser consumidos.

Desde el enfoque teórico, se aporta la caracterización y sistemas categoriales de la práctica del nuevo periodismo electrónico, o de medios sociales, vinculado con el universo de la red social Twitter y sus discusiones más recientes. Y desde el punto de vista metodológico, se proponen nuevas herramientas para el análisis de la práctica periodística ya citada, a partir de la utilización de un nuevo tipo de *software*. Por último, la perspectiva de *framing* y análisis crítico discursivo se propone como una manera de búsqueda y estudio amplificado desde la organización morfosintáctica de un mensaje, el tipo de encuadramiento específico y la interpretación semiótico-discursiva aportando datos matemáticos y empíricos sobre lo que aparece escrito en un texto y aquellas zonas del conocimiento que necesitan de un microscopio para ser vistas y estudiadas.

8. Referencias bibliográficas

- Álvarez Álvarez, Luis y Barreto García, Gaspar (2010): *El arte de investigar el arte*. Santiago de Cuba, Editorial Oriente.
- Álvarez López, Ignacio (2004): *Los usos estratégicos del framing (La campaña electoral de Madrid 2003)*, Tesis de Doctorado para la obtención del título de Doctor. Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid.
- Amadeo, Belén (1999): *La aplicación de la teoría del framing a la cobertura de la corrupción política en Argentina (1991-1996)*. Pamplona, Universidad de Navarra.

- Borah, Porismita (2011): "Conceptual issues in framing theory: A systematic examination of a decade's literature". *Journal of Communication*, 61, 246-263.
- Bryant, Jennings & Miron, Dorina (2004): "Theory and research in mass communication". *Journal of Communication*, 54 (4), 662-704.
- Canavilhas, João (2007): *Webnoticia: propuesta de modelo periodístico para la WWW*. Livros LabCom.
- Chiluwa, Innocent (2012): "Social media networks and the discourse of resistance: A sociolinguistic CDA of Biafra online discourses". *Discourse & Society*, Vol. 23, (3), 217-244.
- Congosto, M. Luz; Fernández, Monste; y Moro, Esteban (2011): "Twitter y política, información, opinión y ¿predicción?". *Cuadernos de comunicación Evoca*, 4, 11-16.
- De Vreese, Claes H.; Peter, Jochen; & Semetko, Holli A. (2001): "Framing politics at the launch of the euro: a cross-national comparative study of frames in the news". *Political communication*, 18 (2), 107-122.
- Díaz Arias, Rafael (2014): "Iconos audiovisuales en las redes sociales: del 15M al 12M". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, Vol. 20, (1- enero-junio), 49-65. Madrid, Ediciones Complutense.
- Eco, Umberto (1973): *La estructura ausente. Introducción a la semiótica*. [Traducción de Francisco Serraj] Barcelona, Lumen.
- Eco, Umberto (1991): *Semiótica y filosofía del lenguaje* [Traducción de Mariarosaria Fabris y José Luíz Fiorin]. Brasil, Editora Ática.
- Entman, Robert M. (1993): "Framing: Toward clarification of a fractured paradigm". *Journal of Communication*, 43 (4), 51-58.
- Entman, Robert M. (2004): *Projections of power: Framing news, public opinion, and U.S. foreign policy*. Chicago, University of Chicago Press.
- Entman, Robert M. (2007): "Framing bias: Media in the distribution of power". *Journal of Communication*, 57 (1), 163-173.
- Fairclough, Norman (2001): "Critical discourse analysis as a method in social scientific research". In: Wodak, Ruth & Meyer, Michael (eds.): *Methods of Critical Discourse Analysis*, 121-138). London, Sage.
- Favaretto, Claudia (2011): "El uso del hipertexto periodístico en la noticia on-line de los principales ciberdiarios deportivos españoles". *IV Congreso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0: "Modelos de Comunicación en la Aldea Global, Comunicación"*. Universidad Miguel Hernández de Elche.
- Franco, Guillermo (2008): *Cómo escribir para la Web. Bases para la discusión y construcción de manuales de redacción 'online'*. Austin, Centro Knight para Periodismo en las Américas, de la Universidad de Texas.
- Fumero, Antonio (2011): "Sobre redes, personas, contenidos y derechos en la Red". *Cuadernos de Comunicación Evoca*. Madrid.
- García Luis, Julio (2013): *Revolución, socialismo y periodismo. La prensa y los periodistas cubanos ante el siglo XXI*. Cuba, Editorial Pablo de la Torriente Brau.
- García, Antonio; García, Isabel; y Varona, David (2012): "Incidencia de las redes sociales vs. cibermedios en las elecciones en España, 2011". *Enl@ce Revista Venezolana de Informática, Tecnología y Conocimiento*, 9 (2), 11-29.
- Georgakopoulou, Alexandra (2014): "Small stories transposition and social media: A micro-perspective on the 'Greek crisis'". *Discourse & Society*, 25 (4), 519-539.
- Goffman, Erving (1986): *Frame Analysis. An Essai on the Organization of Experience*. Northeastern University Press, Boston.
- Igartua, Juan José *et al.* (2004): "Imágenes de la inmigración latinoamericana en los medios de comunicación. Perspectivas empíricas desde la Teoría del Encuadre". *Zer, Revista de Estudios de Comunicación*. En:

- http://www.portalcomunicacion.com/dialeg/paper/pdf/112_muniz.pdf [Consulta: 14 de febrero de 2011]
- Ingram, Mathew (2012): "Why traditional media should be afraid of Twitter?". *Gigaom*, 12, Jun.: <http://gigaom.com/2012/06/12/whytraditionalmediashouldbeafraidoftwitter/> [Consulta: 12 de septiembre de 2012]
- Londoño-Vasquez, David Alberto y Frías-Cano, Ladis Yuceima (2011): "Análisis crítico del discurso y arqueología del saber: dos opciones de estudio de la sociedad". *Palabra Clave*, 14, (1), junio, 101-121. Bogotá, Universidad de La Sabana.
- Londoño-Vásquez, David Alberto y Bermúdez-Restrepo, Héctor Leonel (2013): "Tres enfoques sobre los estudios críticos del discurso en el exámen de la dominación". *Palabra Clave*, 16, (2), mayo-agosto, 491-519, Bogotá, Universidad de La Sabana.
- López Rabadán, Pablo (2010): "Nuevas vías para el estudio del *framing* periodístico. La noción de estrategia de encuadre". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 16, 235-258. Madrid, Ediciones Complutense.
- Martín Serrano, Manuel (2013): "Mediaciones del conocimiento y de la información que humanizan y deshumanizan". Conferencia inaugural del *VII Encuentro internacional de investigadores y estudiosos de la información y la comunicación*. Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana.
- Martínez Gutiérrez, Fátima (2013): *Los nuevos medios y el periodismo de medios sociales. Análisis y aplicación de las redes sociales en los medios digitales españoles*. Tesis doctoral. Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid.
- Matthes, Jörg & Kohring, Matthias (2008): "The content analysis of media frames: toward improving reliability and validity". *Journal of Communication*, 58 (2), 258-279.
- McCombs, Maxwell (1997): "New Frontiers in Agenda Setting: Agendas of Attributes and Frames". *Mass Communication Review*, 24 (1-2), 21-32.
- McCombs, Maxwell (1999): "Personal involvement with issues on the public agenda". *International Journal of Public Opinion Research*, Vol. II, (2), 152-168.
- Monzón, Cándido (1996): *Opinión Pública, Comunicación y Política. La formación del espacio público*. Madrid, Técnos.
- Orihuela, José Luis (2011): *Mundo Twitter. Una guía para comprender y dominar la plataforma que cambió la red*. Barcelona, Alianza Editorial.
- Patterson, Thomas & Lehman, N. (2012): "State of the News Media 2012: New Devices, Platforms Spur More News Consumption. In *Pew Reserach Center*, marzo 19, in: <http://journalistsresource.org/reference/research/knowledge-based-reporting> and <http://journalistsresource.org/reference/research/nicholas-lemann-journalism-scholarship-reporting>
- Pérez Fumero, Enrique (2015): "La apropiación de la noticia en "red"ada. Medios o públicos, ¿quiénes son los responsables?". *Revista Pauta Geral-Estudios em Jornalismo*, 2, (1), 3-14.
- Reese, Stephen D.; Gandy, Oscar H.; and Grant, August E. (eds., 2001): *Framing public life. Perspectives on media and our understanding of the social world*. Erlbaum.
- Sacks, Harvey; Schegloff, Emanuel; and Jefferson, Gail (1974): "A Simplest Systematic for the Organization Turn-taking in Conversation". *Language*, 50, 696-735.
- Sádaba, Teresa (2001): "Origen, aplicación y límites de la teoría del «encuadre» (*framing*) en comunicación". *Comunicación y Sociedad*, vol. XIV, (2), 143-175. Universidad de Navarra.
- Semetko, Holli A. & Valkenburg, Patti M. (2000): "Framing European politics: analysis of press and TV news". *Journal of Communication*, 50 (1), 93-109.
- Scheufele, Dietram A. & Tewksbury, David (2007): "Framing, agenda-setting, and priming: The evolution of three media effects models". *Journal of Communication*, 57, (1) 9-20.

- Schwalbe, Carol B. (2013): "Visually Framing the Invasion and Occupation of Iraq in TIME, Newsweek, and U.S. News & World Report". *International Journal of Communication*, 7, 239-262.
- Tankard, James W. (1991): "Media Frames: Approaches to Conceptualization and Measurement". *Communication Theory and Methodology*, Division Association for Education in Journalism and Mass Communication Convention. Boston, AEJMC Convention.
- Tankard, James W. (2008): "The empirical approach to the study of media framing". In Reese, Stephen D.; Gandy, Oscar H.; and Grant, August E. (eds.): *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world*. New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates.
- Tapscott, Don & Williams, Anthony D. (2007): *Wikinomics. La nueva economía de las multitudes inteligentes*. Barcelona, Paidós Empresa.
- Tascón, Mario y Abad, Mar (2011): *Twittergrafía: el arte de la nueva escritura*, Madrid, Libros de la Catarata.
- Tascón, Mario (coord., 2012): *Escribir en internet. Guía para los nuevos medios y las redes sociales*, España, FUNDEU – BBVA.
- Traxler, Matthew J., & Gernsbacher, Morton A. (2006): *Handbook of psycholinguistics*. Amsterdam, Boston: Elsevier.
- Tuchman, Gaye (1978): *Making news*. New York, Free Press.
- Turner, Mark (1996): *The Literary Mind*. Oxford University Press.
- Van Dijk, Teun A. (2010): "Discurso, conocimiento, poder y política. Hacia un análisis crítico epistémico del discurso" [Traducción de Moisés Almela]. *Revista de Investigación Lingüística*, 13, 167-215, Universidad de Murcia.
- Van Dijk, Teun A. (2014): *Discourse and Knowledge. A sociocognitive approach*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Xu, Kaibin (2013): "Framing Occupy Wall Street: A Content Analysis of The New York Times and USA Today". *International Journal of Communication*, 7, 2412-2432.

Enrique Pérez Fumero es Profesor instructor del Departamento de Periodismo de la Universidad de Oriente (Cuba).

Yamile Haber Guerra es Profesora titular y jefa del Departamento de Periodismo de la Universidad de Oriente (Cuba).

Mercedes Duvergel Isaac es Profesora auxiliar del Departamento de Periodismo de la Universidad de Oriente (Cuba).