



Teoría del Encuadre: panorámica conceptual y estado del arte en el contexto hispano

Valeriano Piñeiro-Naval¹; Rafael Mangana²

Recibido: 4 de octubre de 2017 / Aceptado: 5 de marzo de 2018

Resumen. La teoría del encuadre, además de constituir un corpus teórico de innegable peso en la literatura científica sobre comunicación, también supone un anclaje metodológico del que parten numerosas investigaciones para aproximarse a sus diferentes objetos de estudio. Ante la relevancia de este paradigma, cuyos fundamentos conceptuales son repasados, el objetivo principal del presente estudio consiste en perfilar, de modo descriptivo y bibliométrico, el estado de la investigación sobre *framing* en el ámbito hispanoamericano de la última década (2007-2016). Para ello, se seleccionaron las 10 revistas de mayor impacto en 2016, presentes en la base internacional *Scopus* en la categoría de comunicación. A tenor de los datos recabados, se constata que el estudio del *framing* en el actual contexto de publicación hispano atraviesa una fase de crecimiento permanente, abanderado por una reducida nómina de autores muy proactivos en el área.

Palabras clave: Teoría del encuadre; estado del arte; investigación hispanoamericana; aproximación bibliométrico-descriptiva.

[en] Framing Theory: Conceptual overview and state of art in the Hispanic context

Abstract. The framing theory, besides constituting a theoretical corpus of undeniable relevance in the scientific literature on communication, also supposes a methodological basis from which numerous investigations start to approach its different objects of study. Therefore, and in view of the importance of this paradigm whose conceptual foundations are reviewed, the main objective of the present study is to characterize, in a descriptive and bibliometric way, the state of research on framing in the Hispanic-American context of the last decade (2007-2016). To this purpose, the 10 journals with the greatest impact were selected in 2016, present at the international base *Scopus* in the communication category. Based on the collected data, it is verified that the study of framing in the current context of Hispanic publication is going through a constant increase phase, with a low number of very proactive authors in the area.

Keywords: Framing theory; state of the art; Hispanic-American research; descriptive-bibliometric approach.

¹ Universidade da Beira Interior (Portugal)
E-mail: vale.naval@labcom.ubi.pt

² Universidade da Beira Interior (Portugal)
E-mail: rafael.mangana@labcom.ubi.pt

Sumario. 1. Introducción a la teoría del encuadre; 1.1. *Framing*: corpus teórico y anclaje metodológico; 1.2. Tipologías y dimensiones de los encuadres; 1.3. Los encuadres visuales. 2. Objetivos y metodología. 3. Resultados. 4. Conclusiones. 5. Referencias bibliográficas.

Cómo citar: Piñeiro-Naval, Valeriano y Mangana, Rafael (2018): "Teoría del Encuadre: panorámica conceptual y estado del arte en el contexto hispano". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 24 (2), 1541-1557.

1. Introducción a la teoría del encuadre

Pese a que el concepto de encuadre es adoptado por las Ciencias de la Comunicación a finales de los años 70, uno de los trabajos que, sin duda, han marcado un antes y un después en la dilucidación teórica de la disciplina es el titulado "Framing: toward clarification of a fractured paradigm", publicado en el prestigioso *Journal of Communication* por Robert Entman (1993)³. A juicio de este autor, el *framing* implica dos acciones fundamentales: selección y énfasis. El proceso de encuadrar, pues, significa seleccionar determinados aspectos de la realidad percibida y resaltarlos en el texto informativo; esto es, los encuadres destacan ciertos aspectos de un asunto, convirtiéndolo en más noticiable, significativo o memorable para la audiencia. Entman (1993) sugiere que los encuadres cumplen las siguientes funciones: definen problemas, diagnostican causas, realizan juicios morales y sugieren remedios a los citados problemas. No obstante, es preciso aclarar que un encuadre no tiene por qué cumplir necesariamente estas cuatro funciones de manera simultánea, pero sí, al menos, una de ellas. Entman, Matthes y Pellicano (2009) señalan que los encuadres presentan un total de cuatro posibles localizaciones en el proceso, o *continuum*, comunicativo: el emisor, el texto, el receptor y la cultura. En otro trabajo similar, Entman propone la siguiente noción de *framing*:

Proceso de elección de unos pocos elementos de una realidad percibida y ensamblaje de una narración que destaque las conexiones entre ellos y el fomento de una interpretación particular [...] Los encuadres introducen o elevan el énfasis o la aparente importancia de ciertas ideas, activando esquemas que inducen a las audiencias a pensar, sentir y decidir de una forma particular (Entman, 2007, p. 164).

Por su parte (y en sintonía con Entman), de Vreese, Peter y Semetko (2001) entienden que las dimensiones centrales del *framing* son la selección, la organización y el énfasis de ciertos aspectos de la realidad, con la consiguiente exclusión de otros. A partir de esta lógica es posible comprender cómo "el proceso de encuadrar es una actividad crítica en la construcción de la realidad social porque ayuda a compartir las perspectivas mediante las que la gente ve el mundo" (Hallahan, 1999, p. 207). En este sentido, existe un símil recurrente en la literatura científica sobre la teoría del encuadre, que equipara el *framing* con el marco de una

³ A nivel cuantitativo, el impacto de este trabajo ya ha superado ampliamente las 11000 citas; más concretamente, 11632 (fuente: *Google Scholar*, <https://scholar.google.es>; consultada en: 12.03.2018)

fotografía o una pintura: ambos encierran una parte de la realidad que es seleccionada y destacada sobre los demás elementos.

Desde una perspectiva sociológica, Goffman (2006) matiza que “cuando un individuo en nuestra sociedad occidental reconoce un determinado acontecimiento, haga lo que haga, tiende a involucrar en esta respuesta (y de hecho a usar) uno o más marcos de referencia o esquemas interpretativos de un tipo que podemos llamar «primario»” (p. 23). Este sociólogo continúa asegurando que “parece que difícilmente podamos mirar alguna cosa sin aplicar un marco de referencia primario, haciendo, por tanto, conjeturas sobre lo ocurrido previamente y anticipando expectativas sobre lo que probablemente vaya a ocurrir después” (p. 41). Este sería, *grosso modo*, el funcionamiento de los encuadres o marcos desde un punto de vista psicosocial.

Por otro lado, y en aras de seguir perfilando lo que son los encuadres, conviene recordar que Reese (2001) los concibe como “principios organizativos socialmente compartidos y persistentes en el tiempo, que trabajan simbólicamente para estructurar el significado del mundo social” (p. 11); una definición que resulta muy interesante porque su propio autor desglosa individualmente cada uno de los términos que la componen, explicándolos con mayor detalle:

Tabla 1. Desglose terminológico de la definición de «encuadre». Fuente: Reese (2001, p. 11).

Término	Explicación conceptual
Principio:	El encuadre se basa en un principio abstracto y no es el mismo que el texto a través del cual se manifiesta.
Organizativo:	El encuadre varía en la forma en que organiza exitosa, comprensiva e integralmente la información.
Compartido:	El encuadre debe ser compartido en un cierto nivel para que sea significativo y comunicable.
Persistente:	La importancia de los encuadres se encuentra en su durabilidad, su uso persistente y rutinario a lo largo del tiempo.
Simbólicamente:	El encuadre se revela en formas simbólicas de expresión.
Estructurar:	El encuadre se organiza proporcionando un patrón o estructura identificable, que puede variar en cuanto a su complejidad.

En suma, “un encuadre supone el énfasis sobre diferentes aspectos de un tema” (de Vreese, 2005, p. 53); mientras que encuadrar significa “construir activamente el significado de una realidad dada” (Hänggli y Kriesi, 2010, p. 142). De igual forma, se puede atestiguar que “la noción de encuadre ha ganado impulso en las disciplinas de la comunicación, sirviendo de guía tanto para investigaciones de contenido mediático como para estudios que versan sobre la relación entre los medios y la opinión pública” (de Vreese, 2005, p. 51).

Por último, la teoría del encuadre, además de constituir un corpus teórico de innegable peso en la literatura científica sobre comunicación, supone también un anclaje metodológico del que parten numerosas investigaciones para aproximarse a sus diferentes objetos de estudio. De hecho, el siguiente apartado se centra en esta

dualidad que manifiesta la teoría del encuadre: ora corpus teórico, ora anclaje metodológico.

1.1. *Framing*: corpus teórico y anclaje metodológico

La teoría del encuadre no es simplemente una teoría, sino que también representa un útil y extendido marco metodológico en el que múltiples investigadores se han basado para llevar a cabo sus estudios empíricos. Es por esta razón que “la teoría del encuadre como contribución teórica y como una herramienta para el análisis mediático es un trabajo en proceso” (de Vreese, 2005, p.60), que desde comienzos del siglo XXI atraviesa una etapa de reorganización conceptual y desarrollo práctico.

Vicente-Mariño y López-Rabadán (2009) notaban que, “respecto a los principios de desarrollo investigador del *framing*, es posible sintetizar dos criterios que establecen inicialmente las coordenadas teóricas y metodológicas por donde discurre la actividad científica de la especialidad: dimensión teórica y tipo de metodología de análisis” (p. 22). Así pues, este corpus teórico y conceptual, que ha sido enriquecido desde múltiples perspectivas académicas (psicología y sociología, fundamentalmente), se traslada a la praxis mediante la investigación empírica porque representa, además de una teoría con gran poder explicativo, un punto de referencia para el diseño de procedimientos analíticos. Reese (2007) va un poco más allá al señalar que el *framing* es permeable a metodologías cuantitativas y cualitativas, útil tanto en contextos académicos como en el terreno profesional; circunstancias que universalizan su interés y que ilustran la relevancia actual de este paradigma.

Con el propósito de focalizar la atención sobre esta dimensión más práctica de la teoría del encuadre, D’Angelo (2002) advertía que:

El núcleo de la línea de investigación sobre los encuadres noticiosos se refleja en cuatro objetivos empíricos que los estudios han perseguido de diferentes formas. Estos objetivos son: (a) identificar las unidades temáticas llamadas encuadres; (b) investigar las condiciones previas que producen los encuadres; (c) examinar cómo los encuadres noticiosos activan, e interactúan con, el conocimiento principal de un individuo que afecta a sus interpretaciones, solicitudes de información, tomas de decisiones y evaluaciones; y (d) examinar cómo los encuadres noticiosos modelan procesos sociales como la opinión pública y los debates sobre temas políticos (D’Angelo, 2002, p. 873).

Según la panorámica general de la investigación sobre *framing* efectuada por D’Angelo (2002), esos parecen ser los cuatro principales focos de atención de los cuantiosos estudios empíricos surgidos bajo el amparo de esta teoría.

Otros autores, como Semetko y Valkenburg (2000) o de Vreese (2005), apuntan la existencia de dos posibles aproximaciones para el análisis de los encuadres: la inductiva y la deductiva. El acercamiento inductivo permite analizar los contenidos mediáticos con una visión abierta, partiendo de unas concepciones previas más bien vagas acerca de los encuadres que se están investigando. En este sentido, los encuadres “emergen del material durante el curso del análisis” (de Vreese, 2005, p.

53); es decir, se derivan de los datos sin ideas preconcebidas. Esta aproximación puede detectar, en función de la pericia del investigador, muchas de las posibles formas en que un asunto es encuadrado, pero también es preciso reconocer que se trata de un método que requiere de una minuciosa disección de los mensajes, a menudo basada en pequeñas muestras; y, por ello, puede ser difícilmente replicado.

Obsérvese ahora la aproximación deductiva, que estipula el establecimiento previo de los encuadres como variables analíticas; es decir, “son definidos y operacionalizados en investigaciones previas” (de Vreese, 2005, p. 53). Por consiguiente, se conocen los tipos de encuadres que pueden existir y se contabilizan *a posteriori*, partiendo de una concepción basada en la teoría o en estudios previos. Este acercamiento requiere una idea clara de los tipos de encuadres susceptibles de estar presentes en los contenidos mediáticos, porque los que no estén definidos *a priori* serán omitidos en el estudio. De seguir estas pautas, la investigación puede ser replicada fácilmente, soporta muestras amplias y puede detectar fácilmente diferencias entre los encuadres de distintos medios (por ejemplo, televisión frente a prensa), así como dentro de un mismo medio (por caso, prensa de prestigio frente a prensa sensacionalista).

Además de los objetivos empíricos y las aproximaciones existentes para el análisis de los encuadres, también deben ser mentadas dos corrientes de investigación bien diferenciadas entre sí, como son: la construcción del encuadre, o *frame-building*, y el establecimiento del encuadre, o *frame-setting* (de Vreese, 2005; Scheufele, 2000; Zhou y Moy, 2007).

La investigación tradicional sobre la construcción del encuadre está más interesada en los factores que influyen en las cualidades estructurales de los encuadres, como las características individuales, las orientaciones ideológicas y políticas, los valores profesionales, las rutinas comunicativas y las limitaciones organizacionales que influyen en el modo en que los emisores encuadran un tema dado. En cambio, los investigadores interesados en el establecimiento del encuadre exploran, normalmente, el modo en que los encuadres influyen en la interpretación pública sobre un tema o un evento determinado en términos de aprendizaje, interpretación y evaluación de la audiencia sobre el citado tema o evento.

Por último, Igartua y Cheng (2009) establecen una diferenciación de los encuadres como posibles variables de estudio, ya sean dependientes o independientes:

Cuando son entendidos como variables dependientes, los encuadres son contenidos en las noticias y son el resultado de procesos de producción en la comunicación mediática. La investigación en encuadres noticiosos ha sido desarrollada desde diferentes perspectivas, siendo una de las más fértiles el análisis del tratamiento informativo de diferentes tópicos y objetos sociales [...] Los encuadres noticiosos pueden ser también concebidos como variables independientes, esto es, como propiedades de un texto informativo que condicionan el proceso de recepción e impacto de la noticia. Esta línea de investigación está relacionada con el análisis de los llamados efectos de los encuadres (Igartua y Cheng, 2009, p. 728).

Como variables dependientes, se podría afirmar que los encuadres varían en función de los emisores de la información, de los medios, de los grupos de presión, etc., y están frecuentemente relacionados con la corriente de investigación centrada en la construcción de los encuadres, o *frame-building*; siendo el análisis de contenido la técnica más extendida desde el punto de vista metodológico. Los encuadres como variables independientes están ligados con el establecimiento del encuadre, o *frame-setting*, así como con las encuestas e investigaciones de tipo experimental, en las que se manipulan los enfoques sobre la realidad para observar cómo afectan a los receptores.

1.2. Tipologías y dimensiones de los encuadres

Las dos tipologías más extendidas y consensuadas en la literatura científica sobre la teoría del encuadre son anotadas en la siguiente tabla:

Tabla 2. Principales tipologías de los encuadres. Fuente: Iyengar (1990, p. 22) y de Vreese (2005, p. 54).

Autor	Tipología de los encuadres
Iyengar	En los encuadres «temáticos», la información puede ser considerada en relación con temas generales o problemas de la vida pública. Son habitualmente historias de fondo en las que el objeto al que se da cobertura es abstracto e impersonal.
	En los encuadres «episódicos», en cambio, el tema es tratado en términos cercanos y personales, siendo el receptor provisto de una visión particular del tema en cuestión.
de Vreese	Ciertos encuadres son pertinentes únicamente con respecto a unos temas o eventos concretos. Estos encuadres pueden ser etiquetados como encuadres «específicos».
	Otros trascienden estas limitaciones y son identificados en relación con diferentes temas, algunos incluso a través del tiempo y en diferentes contextos culturales. Estos encuadres son llamados «genéricos».

Los encuadres temáticos suponen un tratamiento abstracto y estructural de determinados contenidos (la pobreza en el mundo o la crisis económica global). En los episódicos, por el contrario, se utiliza un caso contextual y más cercano para referirse al asunto (siguiendo los mismos ejemplos, la pobreza en un barrio determinado de una gran ciudad o el retrato de la crisis en el seno de una familia trabajadora). Por otra parte, los encuadres genéricos resultan ser instrumentos de medida aplicables a cualquier tipo de noticia y sobre cualquier tema (los encuadres morales de las noticias son un modelo ilustrativo). Los encuadres específicos, en cambio, suponen instrumentos concretos para cada tema (los encuadres sobre las cuestiones de la inmigración o el cambio climático).

En función de las dimensiones en las que pueden operar los encuadres, de Vreese, Peter y Semetko (2001) o Scheufele (1999) distinguen dos clases de encuadres: los mediáticos y los individuales (o de audiencias); ya que los encuadres deben ser considerados esquemas tanto para presentar como para comprender la información. La investigación acerca de los encuadres mediáticos se ha dirigido primordialmente a determinar la forma en que los asuntos son presentados y

cubiertos en las noticias, empleando de manera hegemónica la técnica metodológica del análisis de contenido. La investigación sobre los encuadres de las audiencias ha estado relacionada, esencialmente, con el modo en que los individuos perciben, organizan e interpretan los eventos y los asuntos reflejados en la información; razón por la cual los métodos empleados con mayor asiduidad son la encuesta y el experimento. Asimismo, de Vreese, Peter y Semetko (2001) matizan que pocos estudios han sido específicamente diseñados para examinar ambos tipos de encuadre; es decir, los *news frames* y los *audience frames*.

Para concluir, resulta interesante reproducir una idea aportada por Scheufele y Tewksbury (2007): “como un macroconcepto, el término *framing* se refiere a las formas de representación que los periodistas y otros comunicadores emplean para presentar la información [...] Como un microconstructo, el *framing* describe cómo la gente emplea la información y sus características en cuanto a los temas de los que se forman una opinión” (p. 12). Así pues, el macroconcepto alude a la perspectiva más sociológica, denominada *frame-building*, muy estudiada con metodología de análisis de contenido, y donde no sólo son periodistas, sino también otros comunicadores, los responsables de usar un determinado enfoque. El microconstructo, sin embargo, se refiere a la perspectiva más psicológica, conocida como *frame-setting*, investigada gracias al empleo de encuestas o experimentos.

1.3. Los encuadres visuales

Es conveniente efectuar una diferenciación en los siguientes términos: “los encuadres noticiosos textuales (*textual frames*) serían aquellos que tradicionalmente se han analizado y que están presentes en los textos de las noticias, mientras que los visuales (*visual frames*) son lo que se transmiten a través de las imágenes que acompañan la información” (Muñiz, Igartua, Otero y de la Fuente, 2008, p. 33). Es decir, existe una corriente teórica y empírica (mayoritaria) que se ha centrado en la palabra como vehículo del *framing*, y otra (minoritaria) que ha direccionado su foco hacia la imagen; o como aseveran Fahmy, Kelly y Kim (2007): “pocos estudios han optado por examinar la construcción de los encuadres visuales en lugar de los meramente textuales” (p. 547).

Así pues, y “aunque tradicionalmente se ha vinculado el proceso del *framing* a los aspectos textuales [...] es importante no olvidar el papel que desempeña la comunicación visual como herramienta para encuadrar la información” (Muñiz, Igartua y Otero, 2006, p. 107). Es por ello que, a continuación, se incidirá en la dimensión visual del *framing*, una alternativa o complemento del escrito.

Messaris y Abraham (2001) exponían una reflexión muy interesante al responder a un interrogante que ellos mismos se habían planteado: “¿cuáles son las propiedades distintivas de las imágenes (incluyendo películas y televisión, así como fotografías individuales) como medios para la comunicación? Con respecto a la cuestión del *framing*, las propiedades más relevantes son las relativas a la capacidad que tienen para mejorar o para mitigar sus consecuencias” (p. 215). La imagen goza de entidad comunicativa por sí misma, pero además completa a la información escrita o verbal mediante la potenciación (en la generalidad de los casos) del poder comunicativo del texto.

En este punto, Igartua, Muñiz, Otero y de la Fuente (2007) matizaban que “en las imágenes que acompañan a la información textual están presentes ciertos elementos que, a través de su relación, hacen patentes diferentes enfoques o tratamientos de la información” (p. 94). No es lo mismo, pues, acompañar el reportaje de una manifestación con imágenes de disturbios entre manifestantes y policía, que acompañarlo de otras en las que todo discorra tranquila y cívicamente. El lector del periódico o el espectador televisivo intuirá, gracias al visionado de una imagen u otra, el enfoque de la noticia; a saber: uno beligerante y anómalo frente uno pacífico y más usual.

Tras haber efectuado una sintética panorámica conceptual de la teoría del encuadre, a continuación figura la descripción de los objetivos, así como de la metodología empleada para acometer la descripción del estado del arte en el reciente contexto hispano.

2. Objetivos y metodología

Siguiendo la línea marcada por trabajos previos de índole similar (véanse los efectuados por: Ardèvol-Abreu, 2015; Fernández-Quijada y Masip, 2013; Martínez-Nicolás y Saperas, 2011, 2016), el objetivo principal del presente estudio consiste en caracterizar, de modo bibliométrico y descriptivo, el estado de la investigación sobre *framing* en el ámbito hispanoamericano de la última década (2007-2016). Para ello se seleccionaron las 10 revistas de mayor impacto en 2016, presentes en la base internacional *Scopus* en la categoría de comunicación (para más detalle, véase la tabla 3: caracterización general del corpus de estudio).

Una vez identificadas las revistas, el siguiente paso consistió en la inclusión de los términos «encuadre», «*framing*», «*frame*», «teoría del encuadre» y «teoría del *framing*» en los motores de búsqueda internos de los sitios web de las respectivas publicaciones. Aunque el rastreo se centraba fundamentalmente en el título, el resumen y las palabras clave de cada *paper*, los buscadores no solamente devolvían resultados con los términos emplazados en las citadas ubicaciones, ya que también podían figurar, en ocasiones, a lo largo de los textos. Por ende, se revisaron minuciosamente todos los resultados y se archivaron para su posterior examen los que, en efecto, tenían un vínculo más o menos explícito con el paradigma estudiado. Tras esta estrategia de muestreo, el número total de unidades de análisis ascendió a $N = 104$ *papers*.

Con arreglo a esta nómina de trabajos versados en la teoría del encuadre, se plantearon las siguientes preguntas de investigación:

PI₁: ¿qué evolución temporal experimenta la publicación hispanoamericana sobre *framing* en la década 2007-2016?

PI₂: en cuanto a la producción científica, ¿se produce una internacionalización de la misma?

PI₃: respecto al nivel de colaboración o co-autoría de los artículos, ¿cómo se comporta la muestra de trabajos examinada?

PI₄: ¿qué autores y universidades destacan en el campo de estudio?

Tabla 3. Caracterización general del corpus de estudio (período de análisis: 2007-2016). Fuente: elaboración propia a partir de *Scopus* (<http://www.scopus.com>) y los respectivos sitios web de las revistas.

Nº de revista	Título de la publicación	SJR (2016)	Cuartil	Categorías de indexación Scopus	País	Período de publicación	Nºs de análisis	Total papers	Papers framing
1	<i>Comunicar. Revista Científica de Comunicación y Educación</i>	1,162	Q1	Comunicación; Estudios Culturales; Educación	España	1993 – actualidad	nº 28 – nº 49	494	2
2	<i>Revista Latina de Comunicación Social</i>	0,823	Q1	Comunicación	España	1998 – actualidad	nº 62 – nº 71	414	21
3	<i>El Profesional de la Información</i>	0,541	Q2	Comunicación; Biblioteconomía y Ciencias de la Información	España	1992 – actualidad	v. 16, nº 1 – v. 25, nº 6	754	1
4	<i>Palabra Clave</i>	0,468	Q2	Comunicación	Colombia	1997 – actualidad	v. 10, nº 1 – v. 19, nº 4	272	11
5	<i>Communication & Society</i>	0,434	Q2	Comunicación	España	1988 – actualidad	v. 20, nº 1 – v. 29, nº 4	286	11
6	<i>Estudios sobre el Mensaje Periodístico</i>	0,355	Q2	Comunicación	España	1994 – actualidad	v. 13 – v. 22, nº 2	732	42
7	<i>Cuadernos.info</i>	0,214	Q3	Comunicación; Biblioteconomía y Ciencias de la Información	Chile	1984 – actualidad	nº 20 – nº 39	243	6
8	<i>Historia y Comunicación Social</i>	0,206	Q3	Comunicación; Sociología y Ciencia Política	España	1996 – actualidad	v. 12 – v. 21, nº 2	557	5
9	<i>Comunicación y Sociedad (México)</i>	0,188	Q3	Comunicación	México	2004 – actualidad	nº 7 – nº 27	168	4
10	<i>Scire. Representación y Organización del Conocimiento</i>	0,181	Q3	Comunicación; Biblioteconomía y Ciencias de la Información	España	1995 – actualidad	v. 13, nº 1 – v. 22, nº 2	175	1
								4095	104

Para abordar la respuesta a los interrogantes planteados, fue creada una ficha de análisis en la que se incluyeron las siguientes categorías descriptivas, aplicadas a cada unidad de análisis:

1. Número de unidad de análisis o artículo (desde 1 hasta 104).
2. Año de publicación del artículo (desde 2007 hasta 2016).

3. Revista donde fue publicado, cuyas opciones son: 1: *Comunicar. Revista Científica de Comunicación y Educación*; 2: *Revista Latina de Comunicación Social*; 3: *El Profesional de la Información*; 4: *Palabra Clave*; 5: *Communication & Society*; 6: *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*; 7: *Cuadernos.info*; 8: *Historia y Comunicación Social*; 9: *Comunicación y Sociedad* (México); 10: *Scire. Representación y Organización del Conocimiento*.

4. Idioma(s) posibles de redacción del artículo: 1: español; 2: español e inglés; 3: inglés; 4: otros.

5. País o región geográfica donde se ubica la universidad, o centro de investigación, de procedencia de los autores: 1: España; 2: Colombia; 3: Chile; 4: México; 5: otro país latinoamericano; 6: Portugal; 7: Brasil; 8: otros países de Europa; 9: otros países de América del Norte; 10: otras regiones; 11: distintos países en colaboración.

6. Número de autores firmantes.

7. Nombre completo de los autores.

8. Nombre de la universidad, o centro de investigación, al que se adscriben los autores.

9. Número total de palabras del artículo (en formato PDF), medidas automáticamente con la herramienta online: <http://countwordsfree.com>. En el caso de haber distintas versiones en diferentes idiomas, fue seleccionada la escrita en español.

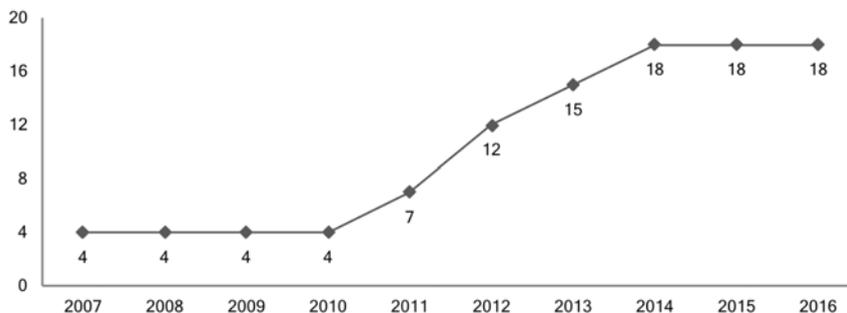
En el apartado correspondiente a los resultados son detallados los hallazgos del estudio.

3. Resultados

El primero de los datos a destacar radica en la proporción de artículos que versan sobre la teoría del encuadre en el período analizado: un 2,54% del total; esto es, 104 trabajos. No obstante, si tomamos en cuenta sólo aquellas revistas etiquetadas exclusivamente en el área de la comunicación, el dato proporcional aumentaría hasta el 4,75%.

En lo concerniente a la evolución cronológica de los artículos (PI₁), véase a continuación una línea de tiempo que abarca la década examinada:

Figura 1. *Timeline* anual del número de artículos sobre *framing* (periodo 2007-2016).
Elaboración propia



Puede observarse que se produce un incremento constante y progresivo, señal de la creciente importancia que ostenta el paradigma como elemento vehicular de la investigación hispanoamericana en comunicación. Asimismo, cabe puntualizar que la media de artículos que han visto la luz cada año es de: $M_{anual} = 10,4$ *papers*; sin duda, una cifra nada desdeñable teniendo en cuenta lo atomizado que está el campo de estudio.

Los idiomas empleados para la redacción de los trabajos son: español (62,5%), inglés (11,5%) y bilingüe «español-inglés» (26%). Se trata de unos datos lógicos si nos atenemos al ámbito lingüístico en el que nos basamos, aunque también cabe destacar la voluntad manifiesta por parte de editores y autores de ampliar el radio de influencia de sus trabajos, ya que un 37,5% de los mismos son escritos en inglés.

Los países o regiones geográficas donde se ubican las universidades a las que se adscriben los autores son: España (70,2%), México (5,8%), Chile (4,8%), otro país iberoamericano (4,8%), Colombia (3,8%), otro país europeo (2,9%), Estados Unidos (1%) y, finalmente, varios países en colaboración (6,7%), donde España suele estar involucrada. Tomando la variable «procedencia geográfica» como punto de partida, cuya medida es nominal politómica, se estimó oportuno recodificarla en otra variable distinta, esta vez dicotómica, de modo que pudiésemos categorizarla como: «1 = España» y «2 = otro país» y, de esta forma, plantear la siguiente tabla de contingencia que alude a la internacionalización de la producción científica (PI_2) de los autores⁴:

Tabla 4. Relación entre el país de los autores y las revistas donde publican (% columna). –

Valor estadísticamente menor (análisis de los residuos tipificados corregidos).+Valor estadísticamente mayor (análisis de los residuos tipificados corregidos).Elaboración propia.

⁴ Se excluyeron de este análisis los artículos con co-autoría simultánea de distintos países ($n = 7$).

Revista	Total	País de procedencia	
		España	Otro país
<i>Comunicar</i>	2,1	1,4	4,2
<i>Revista Latina de Comunicación Social</i>	20,6	21,9	16,7
<i>El Profesional de la Información</i>	1	1,4	0
<i>Palabra Clave</i>	9,3	4,1-	25+
<i>Communication & Society</i>	11,3	15,1+	0-
<i>Estudios sobre el Mensaje Periodístico</i>	40,2	45,2+	25-
<i>Cuadernos.info</i>	5,2	1,4-	16,7+
<i>Historia y Comunicación Social</i>	5,2	6,8	0
<i>Comunicación y Sociedad (México)</i>	4,1	1,4-	12,5+
<i>Scire</i>	1	1,4	0
N	97	73	24

La tabla 4, que relaciona el país de procedencia de los autores de los artículos (España frente a otro país) y las revistas donde aquellos publican, permite afirmar que existen diferencias estadísticamente significativas entre las distintas modalidades [χ^2 (9, N = 97) = 30,79; $p < 0,001$; $v = 0,563$]. El análisis de los residuos tipificados corregidos determina que los autores procedentes de universidades españolas publican mayoritariamente en revistas nacionales y de forma minoritaria en revistas latinoamericanas.

La relación de universidades con mayor presencia en la publicación sobre *framing* (PI₄) es:

Tabla 5. Universidades a las que están adscritos los autores más productivos en el campo. Elaboración propia.

Nombre de la universidad	País	Nº de artículos
Universidad Rey Juan Carlos (Madrid)	España	12
Universidad de Salamanca	España	10
Universidad del País Vasco	España	8
Universidad Complutense de Madrid	España	6
Universidad de Valladolid	España	5
Universidad Autónoma de Nuevo León (Monterrey)	México	4
Universidad de Valencia	España	4
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	México	3
Universidad CEU Cardenal Herrera (Valencia)	España	3
Universidad de La Laguna (Tenerife)	España	3
Universidad Rovira i Virgili (Tarragona)	España	3
Total		61

En la tabla 5 figuran un total de 11 universidades o centros de investigación que, en su conjunto, acaparan el 58,65% del total de los *papers* producidos sobre *framing*. El número de autores promedio (PI₃) de cada trabajo asciende a $M = 2,21$

autores ($DT = 1,10$); si bien el valor modal es «1» (31,7% de las veces). Los autores más prolíficos en el área son:

Tabla 6. Investigadores más prolíficos en el área. Elaboración propia.

Nombre del autor o autora	Artículos como autor/a único/a o principal	Artículos como co-autor/a	Artículos totales
Igartua Perosanz, Juan José	5	1	6
Muñiz Muriel, Carlos	4	2	6
Ardèvol Abreu, Alberto	4	0	4
Armentia Vizuete, José Ignacio	1	3	4
Marín Murillo, Flora	3	0	3
Berganza Conde, María Rosa	2	0	2
Cabalin Quijada, Cristian	2	0	2
López Rabadán, Pablo	2	0	2
Morera Hernández, Coral	2	0	2
Zamora Medina, Rocío	2	0	2
Cheng, Lifen	1	1	2
Humanes Humanes, María Luisa	1	1	2
Saperas Lapiedra, Enric	1	1	2
López García, Guillermo	0	2	2
Piñuel Raigada, José Luis	0	2	2
Total	30	13	43

Son 15 autores diferentes los que, de forma agregada, producen el 41,34% de los artículos acerca de la teoría del encuadre entre 2007 y 2016.

Finalmente, el número de palabras de cada *paper* suele ascender, por término medio, a $M = 8903$ palabras ($DT = 2280$), incluyendo en este cálculo, además del cuerpo del texto, el título, el resumen y las palabras clave. Por otro lado, se demuestra que la extensión de los trabajos no tiene relación alguna con el número de autores [$r(102) = -0,89$; $p = 0,371$]; por tanto, no se podría aplicar la lógica de que cuantos más autores firmen los artículos, más extensos serán.

4. Conclusiones

A la luz de los resultados obtenidos tras el análisis bibliométrico efectuado, puede confirmarse la existencia de una inercia ascendente (en forma de «curva S», como sostendría Rogers, 1995) en la producción científica sobre *framing* durante la última década y en el contexto de publicación hispanoamericano. Esta circunstancia confirma los presagios de autores como Vicente-Mariño y López-Rabadán (2009), que afirmaban al respecto del *framing* que “su presencia, lejos de disminuir, continuará aumentando durante la próxima década. Tras muchos años de luchas por contar con un espacio propio y diferenciado respecto a otras teorías, el *framing* parece haber conquistado una posición relevante” (p. 29). En efecto, la

proporción de trabajos que aluden a este paradigma, de forma más o menos explícita, es suficientemente notable como para ratificar esta posición relevante en el ecléctico y atomizado campo de la investigación en comunicación mediática.

En cuanto a la internacionalización de la producción científica, cabe destacar el significativo porcentaje de artículos que están publicados en inglés, ya sea de forma exclusiva o compartida con el español. Sin duda, esta práctica atiende a la voluntad de los editores de las revistas y de los autores que en ellas publican de ampliar el espectro de influencia de sus trabajos, pues aunque el español tiene una potencial audiencia muy elevada, el inglés sigue siendo el idioma hegemónico mundial también a nivel académico. En cambio, este aumento en el número de *papers* publicados en inglés contrasta con la escasa proporción de autores españoles que miran más allá de las fronteras nacionales para difundir su producción; esto es, pierden de vista a Latinoamérica tanto para enviar sus propuestas de artículos como para buscar la colaboración de autores pertenecientes a ese ámbito geográfico.

Al respecto del número de autores firmantes, “la investigación bibliométrica previa pone de manifiesto que la autoría múltiple tiende a incrementar el impacto de la investigación” (Fernández-Quijada y Masip, 2013, p. 16). En este sentido se observa que, si bien la práctica modal consiste en la autoría única, la media de autores de los artículos analizados es superior a dos, lo que evidencia una praxis en vías de expansión que puede encontrar una posible explicación en el carácter colaborativo de la investigación, en especial la de índole empírica. No obstante, y en dirección opuesta al aumento de la co-autoría, la nómina de investigadores dedicados al estudio de los encuadres mediáticos es reducida, al igual que el número de universidades que concentran la mayor parte de la producción sobre *framing*; dato probado ya en estudios previos similares (Ardèvol-Abreu, 2015).

Para concluir, y a juicio de Martínez-Nicolás y Saperas (2011: 105), “el interés por conocer el estado de la investigación en cualquier campo de los saberes científicos debe ser tenido por un indicador de la madurez del mismo”. Por ende, se constata que el estudio del *framing* en el contexto de publicación hispano de la última década atraviesa una fase de incremento regular y constante, protagonizado por un reducido elenco de autores muy proactivos en el área que le están otorgando, paulatinamente, esa madurez que todo paradigma necesita para ser verdaderamente útil y fructífero.

5. Referencias bibliográficas

- Ardèvol-Abreu, Alberto (2015): "Framing o teoría del encuadre en comunicación. Orígenes, desarrollo y panorama actual en España". *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, 423-450. Doi: <http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-2015-1053>.
- D'angelo, Paul (2002): "News Framing as a Multiparadigmatic Research Program: A Response to Entman". *Journal of Communication*, 52 (4), 870-888. Doi: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.2002.tb02578.x>.
- De Vreese, Claes H. (2005): "News framing: Theory and typology". *Information Design Journal* 13 (1), 51-62.

- 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, 107-122. Doi: <http://dx.doi.org/10.1080/105846001750322934>.
- Entman, Robert M. (1993): "Framing: toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43 (4), 51-58. Doi: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>.
- Entman, Robert M. (2007): "Framing Bias: Media in the Distribution of Power". *Journal of Communication*, 57 (1), 163-173. Doi: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00336.x>.
- Entman, Robert M.; Matthes, Jörg; and Pellicano, Lynn (2009): "Nature, Sources, and Effects of News Framing". En Wahl-Jorgensen, K. & Hanitzsch, T. (Eds.): *The handbook of journalism studies*. New York, Routledge, pp. 175-190.
- Fahmy, Shahira; Kelly, James D.; and Kim, Yung Soo (2007): "What Katrina Revealed: A Visual Analysis of the Hurricane Coverage by News Wires and U.S. Newspapers". *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 84 (3), 546-561. Doi: <http://dx.doi.org/10.1177/107769900708400309>.
- Fernández-Quijada, David y Masip, Pere (2013): "Tres décadas de investigación española en comunicación: hacia la mayoría de edad". *Comunicar, Revista Científica de Comunicación y Educación*, 21 (41), 15-24. Doi: <http://dx.doi.org/10.3916/C41-2013-01>.
- Goffman, Erving (2006): *Frame Analysis. Los marcos de la experiencia*. Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Hallahan, Kirk (1999): "Seven models of framing: implications for public relations". *Journal of Public Relations Research*, 11 (3), 205-242. Doi: http://dx.doi.org/10.1207/s1532754xjpr1103_02.
- Hänggli, Regula & Kriesi, Hanspeter (2010): "Political Framing Strategies and Their Impact on Media Framing in a Swiss Direct-Democratic Campaign". *Political Communication*, 27 (2), 141-157. Doi: <http://dx.doi.org/10.1080/10584600903501484>.
- Igartua, Juan José & Cheng, Lifan (2009): "Moderating Effect of Group Cue While Processing News on Immigration: Is the Framing Effect a Heuristic Process?" *Journal of Communication*, 59 (4), 726-749. Doi: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.2009.01454.x>.
- Igartua, Juan José; Muñiz, Carlos; Otero, José Antonio; y De la Fuente, Montse (2007): "El tratamiento informativo de la inmigración en los medios de comunicación españoles. Un análisis de contenido desde la Teoría del Framing". *Estudios sobre Mensaje Periodístico*, 13, 91-110.
- Iyengar, Shanto (1990): "Framing Responsibility for Political Issues: The case of poverty". *Political Behavior*, 12 (1), 19-40. Doi: <http://dx.doi.org/10.1007/BF00992330>.
- Martínez-Nicolás, Manuel y Saperas, Enric (2011): "La investigación sobre Comunicación en España (1998-2007). Análisis de los artículos publicados en revistas científicas". *Revista Latina de Comunicación Social*, 66, 101-129. Doi: <http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-66-2011-926-101-129>.
- Martínez-Nicolás, Manuel y Saperas, Enric (2016): "Objetos de estudio y orientación metodológica de la reciente investigación sobre comunicación en España (2008-2014)". *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, 1365-1384. Doi: <http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-2016-1150es>.

- Messaris, Paul & Abraham, Linus (2001): "The Role of Images in Framing News Stories". En Reese, S.; Gandy, O. and Grant, A. (Eds.): *Framing Public Life. Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 215-226.
- Muñiz, Carlos; Igartua, Juan José; De la Fuente, Montse; y Otero, José Antonio (2008): "Imágenes periodísticas de la inmigración. Aportaciones metodológicas al estudio de la comunicación visual". *Anàlisi*, 37, 31-48.
- Muñiz, Carlos; Igartua, Juan José; y Otero, José Antonio (2006): "Imágenes de la inmigración a través de la fotografía en prensa. Un análisis de contenido". *Communication & Society*, 19 (1), 103-128.
- Reese, Stephen D. (2001): "A bringing model for media research". En Reese, S.; Gandy, O.; and Grant, A. (Eds.): *Framing Public Life: Perspectives on Media and our Understanding of the Social World*. Mahwah, New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates, pp. 7-31.
- Reese, Stephen D. (2007): "The Framing Project: A Bridging Model for Media Research Revisited". *Journal of Communication*, 57 (1), 148-154. Doi: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00334.x>.
- Rogers, Everett M. (1995): *Diffusion of innovations (4th edition)*. New York, The Free Press.
- Scheufele, Dietram A. (1999): "Framing as a theory of media effects". *Journal of Communication*, 49 (1), 103-122. Doi: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.1999.tb02784.x>.
- Scheufele, Dietram A. (2000): "Agenda-Setting, Priming and Framing revisited: another look at cognitive effects of political communication". *Mass Communication and Society*, 3 (2&3), 297-316. Doi: http://dx.doi.org/10.1207/S15327825MCS0323_07.
- 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. Doi: <http://dx.doi.org/10.1111/j.0021-9916.2007.00326.x>.
- Semetko, Holli A. & Valkenburg, Patti M. (2000): "Framing European Politics: a content analysis of press and television news". *Journal of Communication*, 50 (2), 93-109. Doi: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.2000.tb02843.x>.
- Vicente-Mariño, Miguel y López-Rabadán, Pablo (2009): "Resultados actuales de la investigación sobre framing: sólido avance internacional y arranque de la especialidad en España". *Zer. Revista de Estudios de Comunicación*, 14 (26), 13-34.
- Zhou, Yuqiong & Moy, Patricia (2007): "Parsing Framing Processes: the interplay between online public opinion and media coverage". *Journal of Communication*, 57, 79-98. Doi: <http://dx.doi.org/10.1111/j.0021-9916.2007.00330.x>.

Valeriano Piñeiro-Naval es licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas (Universidade de Vigo) y en Comunicación Audiovisual (Universidad de Salamanca). Doctor *Europaeus* en Comunicación Audiovisual, Revolución Tecnológica y Cambio Cultural por la Universidad de Salamanca, actualmente es miembro integrado de la Unidad de I&D *LabCom.IFP – Comunicação, Filosofia e Humanidades* (www.labcom-ifp.ubi.pt) de la Universidade da Beira Interior, donde disfruta de una beca nacional de postdoctorado de la *Fundação para a Ciência e a Tecnologia* (FCT) de Portugal. Igualmente, es miembro del Observatorio de los

Contenidos Audiovisuales (OCA), Grupo de Investigación Reconocido (GIR) de la Universidad de Salamanca.

Rafael Mangana posee licenciatura y máster en Ciencias de la Comunicación por la Universidade da Beira Interior. En la actualidad realiza sus estudios de doctorado en Ciencias de la Comunicación en la misma institución, donde también es becario de investigación en la Unidad de I&D *LabCom.IFP – Comunicação, Filosofia e Humanidades* (www.labcom-ifp.ubi.pt). Asimismo, es jefe de redacción del *Urbi et Orbi* (www.urbi.ubi.pt), periódico digital de la Universidade da Beira Interior. Su línea de investigación principal está centrada en la aplicación de la teoría del *framing* a la crisis de los refugiados en Europa.