

Tendencias actuales en la investigación sobre *framing*: consolidación internacional y emergencia en la academia española

Pablo López Rabadán (Universidad Rey Juan Carlos)

Miguel Vicente Mariño (Universidad de Valladolid)

pablo.lopez@urjc.es miguelvm@soc.uva.es

Dentro del gran volumen de estudios sobre *framing* publicado en los últimos años¹, a lo largo de 2007 han aparecido dos importantes novedades editoriales que resultan muy significativas para valorar el rumbo y el nivel actual de actividad científica de esta especialidad de investigación comunicativa. Por una parte, en marzo, *Journal of Communication* publicó un número especial sobre *framing* y su vinculación con las teorías de *agenda setting* y *priming*². Y por otro lado, casi al mismo tiempo, el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) editó por primera vez, tras 33 años, la traducción al castellano de *Frame Analysis* de Erving Goffman (1974), la obra de referencia teórica fundacional de estos estudios. Se trata de una traducción necesaria y muy esperada en el ámbito académico de la sociología y la comunicación, e incluso ha recibido atención en prensa a escala nacional³. La importancia cualitativa de estas novedades, unida a unos destacados índices de actividad investigadora, plantea cuestiones que inevitablemente reabren el debate sobre la evolución de los estudios comunicativos de *framing*: ¿qué está ocurriendo a nivel internacional para que se hayan convertido en un campo tan activo?, ¿sucede algo similar a escala española?, ¿se han producido cambios teóricos o metodológicos decisivos en los últimos años?, ¿estamos ante una nueva etapa?, ¿dónde se ubica?, ¿cuál es su importancia?, ¿y sus características?

La respuesta a estas preguntas no es sencilla, pero por primera vez, tras décadas de investigación, es posible describir el estado actual de los estudios de *framing* desde la hipótesis de que finalmente hayan alcanzado un nivel básico de madurez científica en una nueva etapa de su evolución. Para realizar esta descripción se ha aplicado una

¹ En el periodo 2001-2005 se han registrado 165 investigaciones sobre *framing* (Weaver, 2007, 144), y en bibliografías específicas aparecen 442 referencias de textos entre 1999 y 2005 (König, 2003, 2006).

² TEWKSBURY, D. y SCHEUFELE, D.A. (Eds.) (2007). "Special Issue on Framing, Agenda Setting, & Priming: Agendas for Theory and Research". *Journal of Communication*, 57 (1), 9-173.

³ GOFFMAN, E. (2006). *Frame analysis. Los marcos de la experiencia*. CIS. Aunque esta traducción fue editada en diciembre de 2006, no salió a la venta hasta 2007. Meses más tarde se publicó una extensa reseña sobre este libro (GIL CALVO, E. "El sentido de los acontecimientos", *Babelia*, 21 de julio de 2007, p.9).

metodología que combina la revisión bibliográfica especializada (española e internacional) con una reorganización del debate teórico que pretende actualizar las diversas tendencias existentes. Las entrevistas con algunos de los principales expertos en este campo a escala española resultaron una gran ayuda para apuntalar muchas de las hipótesis desde la que partía la investigación⁴. Desde este planteamiento, se pretenden determinar las claves de esta nueva etapa investigadora incidiendo en la descripción de sus fundamentos teóricos y su desarrollo metodológico. En primer lugar, resulta necesario contextualizarla dentro de los estudios comunicativos y la evolución específica del *framing* (apartado 1). A continuación, se presentan los resultados más importantes alcanzados hasta el momento a nivel internacional (apartado 2), prestando una especial atención a la situación en España (apartado 3). Por último, se exponen las tendencias generales que guían el desarrollo presente y futuro de esta especialidad (apartado 4).

1. EVOLUCIÓN DE LOS ESTUDIOS COMUNICATIVOS DE *FRAMING*

Cronológicamente, los estudios comunicativos de *framing* han atravesado tres etapas hasta llegar al momento actual: una etapa previa de formación (1974-1990), una segunda etapa de definición inicial y desarrollo descontrolado (1991-1999), y finalmente, la etapa actual de reorganización general de la especialidad (2000-).

La primera etapa, 1974-1990, se inicia con la aparición de la teoría del *framing* desde un espacio intermedio entre lo psicológico y lo sociológico. La primera referencia que aparece es la de marco de referencia psicológico de Gregory Bateson (1972, 214), pero será la microsociología de Goffman (1974) la que genere la definición más comúnmente aceptada de *frame*⁵ y plantee un modelo para su análisis científico. En ambos autores, ya encontramos indicios del carácter, al menos parcialmente, comunicativo del nuevo concepto. Lo más relevante de esta primera etapa es el recorrido investigador que conduce al *framing* desde su definición inicial hacia su aplicación instrumental. En la práctica, como consecuencia de la imprecisión metodológica de Goffman (Gamson, 1975), el concepto adquiere un significado ambiguo vinculado a la descripción del *cómo cognitivo-comunicativo*, y se aplica en una gran variedad de disciplinas: entre otras, economía (Kahneman y Tversky, 1979), lingüística (Tannen, 1979), psicología

⁴ Resulta imprescindible agradecer a Rosa Berganza, María Luisa Humanes, Juan José Igartua, Manuel Martínez Nicolás y Teresa Sádaba su colaboración e interés por este trabajo.

⁵ En la reciente traducción española, (Goffman, 2006, 11), se emplea la palabra “marco” para referirse a “frame” como “*principios de organización que gobiernan los acontecimientos – al menos los sociales - y nuestra participación subjetiva en ellos*”. Y en revisiones teóricas comunicativas bastante actualizadas (Bryant y Miron, 2004, 693), los frames goffmanianos han sido interpretados como “*cognitive structures that guide both the perception and the representation of reality*”.

(Kahneman y Tversky, 1984), y estudio de los movimientos sociales (Snow y Benford, 1988). Por su puesto, también en la investigación comunicativa aparecen trabajos pioneros en este sentido, destacando su aplicación a especialidades como teoría de la comunicación (Tuchman, 1978), producción periodística (Gans, 1979), o comunicación política (Molotch, 1977; Gitlin, 1980). Ya en la década siguiente, es posible encontrar las primeras referencias en publicaciones especializadas⁶ y, conforme avanzan los años ochenta, aparecen libros y artículos específicos donde se empieza a abordar en profundidad la implicación comunicativa del *framing* (Iyengar y Kinder, 1987; Graber, 1988; Gamson, 1989; Gamson y Modigliani, 1987 y 1989). El principal resultado de este conjunto de trabajos iniciales es que generan tres efectos teóricos a largo plazo: diferenciación (los estudios comunicativos de *framing* adquieren un espacio científico propio, con grandes limitaciones, pero reconocible); protagonismo (se convierten en la especialidad principal); y por otra parte, localización específica, ya que se sitúan junto al *priming* en lo que años más tarde se ha considerado como la quinta oleada de paradigmas comunicativos (McQuail, 2005), los *negation models* que desde los años ochenta reinterpretan los efectos de la *agenda setting*.

A continuación se inicia la segunda etapa, 1991-1999, caracterizada por la aparición de las primeras definiciones específicamente periodísticas y por un importante desarrollo en la investigación. Al comienzo de la década coinciden un grupo importante pero heterogéneo de estudios (Entman, 1991; Tankard et al., 1991; Iyengar, 1991; Shoemaker y Reese, 1991; Gamson, 1992; Edelman, 1993; Pan y Kosicki, 1993) que marcan decisivamente la definición de lo que entendemos por *framing* en los medios de comunicación. Dentro de este grupo destaca un artículo teórico de Robert Entman (1993) en el que se presenta una definición de *frame* que se ha convertido en clásica desde entonces. Aunque en este artículo se marcan los puntos clave de la especialidad⁷, a lo largo de toda la etapa el debate teórico no hace sino expandirse y fragmentarse, y el concepto de *framing* se instalará de nuevo en una idea bastante ambigua, vinculada esta vez al análisis del tratamiento periodístico (*cómo informativo*), como un paso más allá de la selección periodística (*qué informativo*) que representa la teoría de la *agenda setting*. Esta falta de consenso y de profundidad teórica sobre los aspectos centrales de la

⁶ Según Weaver (2007), la primera aparición del término data de 1980, en *Journalism Quarterly*. Por otra parte, Bryant y Miron (2004) sitúan la primera referencia teórica completa en 1983, en el especial de *Journal of Communication*, 33 (3).

⁷ El frame como acción estratégica que genera cuatro consecuencias en el discurso (definición del problema, causalidad, juicio moral y tratamiento), y que tiene cuatro localizaciones (comunicador, texto, receptor y cultura) a lo largo del proceso comunicativo (Entman, 1993, 52).

especialidad tendrá una consecuencia determinante: el importante desarrollo investigador posterior se va a efectuar de forma descontrolada generando una diversidad aún mayor de perspectivas metodológicas⁸. Como algunos autores denuncian, el *framing* se convierte en un conjunto de métodos de análisis discursivo, a veces incompatibles, unificados por una relativa conexión a los planteamientos de Goffman (Konig, 2003), o lo que es peor en una etiqueta teórica, un *passe-partout* que sirve para justificar de forma superficial muy diversos análisis (Reese, 2007; Van Gorp, 2007). Para acabar de complicar la situación, en 1997, Maxwell McCombs, en su actualización del modelo de *agenda setting*, plantea la integración del *framing* dentro de un segundo nivel de agenda más concreto, la agenda de atributos (McCombs, 1997, 37). Esta perspectiva, unida a la importancia de su autor, centró el debate teórico durante un tiempo (McCombs y Ghanem, 2001), provocando una significativa división en la especialidad, ya que muchos autores se oponen frontalmente a esa integración (entre otros, Price y Tewksbury, 1997; y Scheufele, 1999). Más allá de su contenido, un tanto artificial, lo más interesante del debate es que la necesidad de clarificarlo supondrá más adelante un notable impulso a la investigación. Con la excepción de ciertos trabajos relevantes sobre efectos (Nelson et al., 1997; Price et al., 1997; Valkenburg et al., 1999; Capella y Jamieson, 1997) o sobre metodología (Miller, 1997), en este contexto de división teórica, confusión metodológica y cierto estancamiento se cierra la década.

Y por último, la etapa actual de consolidación (2000-), donde se observan por primera vez intentos solventes de reorganización teórica de toda la especialidad, dentro de un contexto de expansión de la investigación empírica todavía más intenso que en la década anterior. Respecto a la reorganización, esta etapa viene marcada por la aparición de obras de referencia, textos que abordan la revisión teórica de todo lo realizado hasta el momento desde una perspectiva global y con unos objetivos claros: determinar los principales problemas que han impedido su consolidación hasta el momento, y afrontar los retos de clarificación conceptual y metodológica que plantean. En este grupo de textos, en primer lugar aparecen los influyentes artículos de Dietram Scheufele (1999 y 2000), pero la consolidación definitiva se produce en 2001 con la publicación de una antología de 22 artículos de los principales especialistas a nivel mundial (Reese et al., 2001). En esta misma línea hay que situar el interesante y renovador artículo metateórico de Paul D'Angelo (2002). Y el último hito de este itinerario lo encontramos en el número especial

⁸ Entre 1991-2000 se realizan 107 estudios de framing (Weaver, 2007).

de *Journal of Communication* citado anteriormente (Tewksbury y Scheufele, 2007), que actualiza la situación de la especialidad y establece los parámetros de su clasificación y evolución futura. Por lo que concierne a la expansión investigadora, en esta etapa los estudios de *framing* alcanzan un lugar central dentro del panorama comunicativo, superando claramente a otras perspectivas precedentes (*agenda setting*, teorías del cultivo, mediación, efectos tercera persona, usos y gratificaciones, exposición selectiva,...) tanto en número absoluto de investigaciones (Weaver, 2007) como en número de artículos que realizan aportaciones teóricas novedosas (Kamhawi & Weaver, 2003; Bryant y Miron, 2004). Se trata de una tendencia regular, mas allá de la aparición de una obra importante, que pone de manifiesto, por una parte, la actualidad y potencialidad de estos estudios y, por otra, la estrecha relación alcanzada entre desarrollo teórico y empírico. En estos años es posible encontrar diversos ejemplos significativos de este desarrollo combinado (Semetko y Valkenburg; 2000; De Vreese et al., 2001; Reese et al., 2001; Scheufele, 2004; Zhou y Moy, 2007; Chong y Druckman, 2007).

¿Qué factores explican este importante desarrollo? En primer lugar, la versatilidad del concepto. Para algunos autores (D'Angelo, 2002; Konig, 2003) la idea de *frame* se adapta adecuadamente a las necesidades de investigaciones muy diversas. En concreto, Stephen Reese (2001; 2007), plantea la metáfora del *frame* como puente que permite la convergencia entre ámbitos comunicativos antes enfrentados: lo cuantitativo y lo cualitativo, lo empírico y lo interpretativo, lo psicológico y lo sociológico, lo académico y profesional. El reverso de esta versatilidad es que, en muchos casos, al no llevar aparejada una cierta coordinación conceptual, metodológica y terminológica dentro de la comunidad investigadora, también ha servido para proyectar una mayor confusión y hacer más complejo todo el proceso de organización de la especialidad. En segundo lugar, su potencialidad explicativa. Otros autores explican este desarrollo por la naturaleza comprensiva del *framing* que funciona como un eje conceptual en torno al cual poder estructurar todo el proceso comunicativo (Weaver, 2007). Esta característica permite realizar análisis más completos, tanto de las partes del proceso como del conjunto, superando las limitaciones de otros modelos teóricos. Y por último, razones de contexto sociopolítico. Es muy significativa la importancia creciente que ha adquirido el *framing* como herramienta estratégica de la comunicación política, especialmente electoral, y especialmente en Estados Unidos (Lakoff, 2004; Luntz, 2007). En la última década, autores como D'Alessio y Allen (2000), Pan y Kosicki (2001), Entman (2003), Hwang et

al. (2007), o Edy y Meirick, (2007), han estudiado el fenómeno en profundidad, incluso llegando a etiquetarlo como *framing wars* (Reese, 2007).

2. RESULTADOS ALCANZADOS EN LA ÚLTIMA DÉCADA

Como consecuencia del desarrollo comentado anteriormente, durante la presente etapa de los estudios de *framing* se han alcanzado importantes resultados, y entre ellos destacan especialmente tres cuestiones relacionadas entre sí: la definición precisa de las diferencias y puntos en común respecto a otras teorías comunicativas como la *agenda setting* y el *priming* (a), la consolidación de una base teórica propia que establece los principios esenciales del proceso de *framing* (b), y la estructuración de la especialidad en cuatro grandes áreas de trabajo y dos perspectivas generales de investigación (c).

a) Si bien el debate antes mencionado (independencia o integración en un segundo nivel de *agenda setting*) ha tenido su importancia, desde hace un tiempo parece superado (Maher, 2001), habiendo un importante consenso en la comunidad científica sobre la autonomía y complementariedad teórica del *framing* respecto de la *agenda setting* y el *priming*. De hecho, esta es la premisa del reciente número especial de *Journal of Communication* (Tewksbury y Scheufele, 2007) sobre el tema⁹. El verdadero debate actual se encuentra en determinar con precisión tanto las diferencias como los puntos de complementariedad entre las tres teorías.

Respecto a las diferencias, hay coincidencia entre varios autores (Scheufele y Tewksbury, 2007; Van Gorp, 2007; Weaver, 2007) en marcar como punto de partida la distinción básica entre dos conceptos relacionados pero diferentes: mientras que la *agenda setting* y el *priming* se basan en la accesibilidad (*accessibility*), entendida como la mayor o menor capacidad de acceso a un tema almacenado en la memoria dependiendo de su relevancia (*salience*); el *framing* se fundamenta en el concepto de aplicabilidad (*applicability*) entendido como la conexión interpretativa entre dos temas. Dicho de otra forma, el *framing* se basa en la capacidad para generar esquemas interpretativos reconocibles a partir de cambios significativos en el discurso. El *framing* es mucho más que un listado de atributos, es un proceso de razonamiento más complejo, amplio y profundo. Esta diferente base teórica, a su vez genera diferencias significativas tanto en el procesamiento de la información periodística (la atención y el conocimiento previo es mucho mas decisivo en

⁹ Resulta bastante significativo (respecto a la evolución de estos estudios) que Dietram Scheufele, uno de los principales defensores de la independencia teórica del *framing* frente a la integración en el modelo de *agenda setting*, sea editor de este especial.

el caso del *framing*), como en los efectos que provoca a nivel individual y social: hay una gran diferencia entre tener en cuenta o no un tema (*agenda setting* y *priming*), y pensar en ese tema a través de un esquema interpretativo concreto (*framing*). Así, el *framing* va a poder vincularse a un nivel teórico superior, relacionado con la interacción comunicativa y la construcción social de la realidad, mientras que la *agenda setting* y el *priming* se vinculan a procesos de causalidad teóricamente más sencillos (Van Gorp, 2007, 70). Este mismo autor, aporta un nuevo factor de diferenciación que subraya la superioridad teórica del *framing*: mientras que el concepto de *frame* es independiente del acontecimiento noticioso¹⁰ y puede generalizarse, la *agenda setting* y el *priming* se muestran siempre como teorías vinculadas a temas noticiosos específicos.

Sin embargo, a pesar de estas diferencias, también hay una voluntad común entre la mayoría de los miembros de la comunidad investigadora de explorar las posibles complementariedades de las tres teorías con el objetivo de formar un bloque teórico unitario. En este apartado hay diferentes tipos de propuestas. Por una parte, hay autores (Scheufele y Tewksbury, 2007) que limitan la integración teórica a un solo ámbito, la producción periodística de las noticias y, basándose en su simultaneidad, consideran posible fusionar los procesos de construcción de una agenda mediática (*agenda building*) y de un encuadre noticioso relacionado (*frame building*). Otros autores van más allá y proponen una mayor conexión entre las tres teorías. Por ejemplo, David Weaver (2007) plantea un modelo conjunto que distribuye sus funciones de la siguiente forma: la *agenda setting* realiza la selección que determina *sobre qué pensar*, el *framing* establecen los mecanismos que marcan *cómo pensar* y, como resultado de todo el proceso, a través del *priming* se adquieren argumentos para decidir *qué pensar*. En la misma línea, Donald Kinder (2007) relaciona las tres teorías para explicar los efectos del bombardero mediático en EEUU, y afirma que los medios consiguen influir en *cómo dar sentido a la política* a través del *framing*, deciden *lo que es importante en política* a mediante la *agenda setting*, y realizan *la evaluación de la gestión política* a través del *priming*. Estos dos autores anteriores no profundizan en sus planteamientos, sin embargo Robert Entman (2007) sí que ofrece una propuesta completa de integración de las tres teorías dentro de un modelo teórico y metodológico. Entman parte del reconocimiento de las diferencias, pero

¹⁰ "One issue can be covered from multiple angles of frames, and the same frame is applicable to cover diverse issues" (Van Gorp, 2007, 70).

tomando el *bias*¹¹ como concepto organizador central para argumentar que la integración es posible y deseable. Este modelo presenta grandes ventajas a nivel teórico y práctico para explicar la función de los medios como herramientas de poder. Se trata de una propuesta de gran calado construida sobre un sólido procedimiento estadístico, aunque es precisa una fase de prueba y aplicación sobre fenómenos comunicativos reales para poder valorar su verdadero alcance.

b) En segundo lugar, tras décadas de investigación, los estudios de *framing* han acumulado una base teórica propia, lo que representa un paso importante en su evolución. Aunque de dimensiones reducidas, esta base es compartida por toda la especialidad y se articula a través de un cuadro unificado de principios esenciales, que sistematizan tanto sus fundamentos conceptuales como su desarrollo investigador.

En lo referente a los fundamentos conceptuales, es posible establecer dos principios que definen el núcleo básico de lo que se considera un *frame* (Reese, 2001, y 2007; Gandy, 2001), y subrayan su autonomía teórica:

- Composición dual del concepto de *frame* (psicológica y sociológica). En todo proceso de *framing* intervienen tanto el funcionamiento de un esquema mental (*schemata* individual), como su articulación social a través de un discurso compartido (*frame package* comunicativo), que presenta unas características determinadas, y se sitúa en contexto cultural concreto (Van Gorp, 2007).
- Naturaleza interactiva del concepto de *frame*. El proceso de *framing* viene definido por una dinámica general de interacción que relaciona dos planteamientos diferentes. Por una parte, el *frame* como verbo, como acción estratégica que genera unos efectos a nivel discursivo, individual y social¹²; y por otra, el *frame* como sustantivo, como elemento resultante de un proceso continuado en el tiempo donde intervienen una serie de factores (Scheufele, 2000; Van Gorp, 2007)¹³.

Estos dos principios básicos explican la convivencia en la investigación actual de dos definiciones complementarias de *frame* (Hertog y McLeod, 2001; Pan y Kosicki, 2001): como idea general organizadora de un mensaje periodístico-social, y como efecto cognitivo individual a medio y largo plazo.

¹¹ La traducción aproximada de “*bias*” sería “tendencia general de un medio de comunicación”. Otro concepto clave de la propuesta de Entman es “*news slant*”, y su traducción sería “inclinación particular de una noticia concreta”.

¹² Puede ser articulado en investigaciones como una variable independiente.

¹³ También puede ser articulado en investigaciones como una variable, en este caso dependiente.

Y respecto a los principios de desarrollo investigador del *framing*, es posible sintetizar tres criterios que establecen las coordenadas teóricas y metodológicas por donde discurre la actividad científica de esta especialidad comunicativa:

- Dimensión teórica. Hasta el momento los estudios de *framing* han tratado de explicar el funcionamiento del *cómo comunicativo* desde dos dimensiones teóricas diferentes. Por una parte, hay autores que desde una concepción micro-teórica inicial, en la línea de Entman (1993), consideran que el *framing* debe entenderse como un paradigma comunicativo unitario con unas funciones muy limitadas vinculadas únicamente al estudio del tratamiento periodístico. Y por otra parte, desde hace unos años hay autores que, defendiendo una concepción macro-teórica más amplia, definen el *framing* como un programa de investigación (D'Angelo, 2002; Reese, 2007) que integra diversos paradigmas (cognitivo, crítico y constructivista), con el objetivo de proporcionar explicaciones generales sobre todo el proceso comunicativo.

- Metodología. Este apartado ha generado una gran fragmentación hasta el momento, ya que la selección de métodos cuantitativos o cualitativos provoca diferencias fundamentales en la investigación. Los cuantitativos (análisis de contenido a través de programas informáticos y experimentos de exposición de *frames* sobre individuos) parten de la premisa de que es posible identificar y medir de forma exhaustiva y precisa todos los elementos de *framing* presentes en el discurso. Mientras, los cualitativos (análisis discursivos más o menos informatizados, *focus group* y entrevistas), ante el carácter parcialmente latente del fenómeno que dificulta su identificación, plantean una mirada interpretativa mucho más contextualizada pero que genera otro tipo de problemas (complicada categorización y dependencia del criterio del analista). Afortunadamente, comienza a imponerse una visión más integradora que combina elementos de ambos métodos (Hertog y McLeod, 2001; Reese, 2007). Además este apartado se completa con la oportunidad metodológica que permite el *framing* para realizar tanto estudios monográficos como comparativos entre diferentes medios, periodos de tiempo, o temas.

- Ámbito temático de aplicación¹⁴. Si bien es cierto que su origen multidisciplinar le ha vinculado a diversos campos, desde estudios de *framing* actualizados, autores como Stephen Reese (2001) u Oscar Gandy (2001) proponen un esquema que diferencia temáticamente entre: un ámbito central (*inside box*), relacionado directamente las partes del proceso mediático; y ámbitos complementarios (*outside box*), que el analizan en sentido amplio su interrelación con el sistema político y social donde se desarrolla.

¹⁴ Este criterio va a tener una gran importancia en la estructuración de la disciplina que se describe en el apartado siguiente.

c) Una vez definida la autonomía, la base conceptual y las coordenadas de desarrollo del *framing*, resulta necesario el establecimiento de una estructura coherente que permita ordenar desde una perspectiva general el presente y futuro de estos estudios comunicativos. Tomando como referencia los modelos propuestos por Scheufele (1999 y 2000), los principios conceptuales y de desarrollo enunciados anteriormente, y el planteamiento general de las fuentes más actualizadas (Tewksbury y Scheufele, 2007), es posible estructurar la especialidad en cuatro grandes áreas de trabajo y dos perspectivas generales de investigación.

En cuanto a las áreas de trabajo de los estudios de *framing*, en la actualidad se observa un acuerdo generalizado sobre varias premisas básicas: la organización de estos estudios de forma paralela al esquema comunicativo clásico; la selección del estudio del discurso periodístico como elemento central de toda la investigación; y la posterior división de la especialidad en tres áreas especializadas que aplican los resultados del estudio discursivo previo para analizar su relación con diferentes partes del proceso comunicativo (producción informativa, procesamiento de la información y efectos).

- De esta forma, la primera área de trabajo, y el punto de partida común a cualquier investigación de *framing* (Van Gorp, 2007), sería la identificación y análisis de los *frames mediáticos* en el discurso informativo (*news frame analysis*). Esta tarea tendría como objetivo la búsqueda de una estructura de interpretación general de la realidad dentro de la cobertura informativa, más allá de un listado de temas o de atributos.

- La segunda área sería el análisis de los procesos de construcción de *frames* periodísticos (*frame building*). Estos estudios parten de la premisa de que el *framing* es un proceso comunicativo estratégico protagonizado por los medios en el que factores externos e internos intervienen en su definición (Shoemaker y Reese, 1991). Su objetivo es buscar reglas generales que expliquen la relación entre los procesos productivos (selección temática y tratamiento) y los *frames mediáticos* hallados previamente en el discurso periodístico (Scheufele, 2000; Zhou y Moy, 2007; Van Gorp, 2007).

- La tercera área se centra en el estudio de los mecanismos de procesamiento informativo, a partir de la interacción entre los *frames mediáticos* y los individuos (*frame processing*). Es un ámbito que se adentra en lo psicológico, y donde queda todo por hacer en la definición de las relaciones entre diversos tipos de *frames* (Chong y Druckman, 2007; Edy y Meirick, 2007), conocimientos previos, y otros factores.

- Y finalmente, la cuarta área de trabajo sería el estudio de los efectos que los *frames mediáticos* generan tanto a nivel individual como macrosocial (*frame setting*). En este sentido, las funciones clásicas del *framing* (Entman, 1993) podrían ser un buen punto de partida para profundizar en otros efectos más complejos vinculados con la construcción social de la realidad (opinión pública, toma de decisiones, articulación de la acción colectiva, socialización política, autoconcepto...). En esta línea se sitúan destacados trabajos actuales como los de D'Angelo (2002) o Hwang et al (2007).

Y respecto a las perspectivas generales de investigación, la gran fragmentación de la especialidad ha impedido hasta ahora la formación de corrientes sólidas dentro de los estudios de *framing*. Sin embargo, en el momento actual y, tras una importante labor de síntesis, se pueden identificar provisionalmente dos grandes tendencias diferenciadas, la *cuantificadora* y la *interpretativa*. En la primera tendencia, diversos autores (Capella y Jamieson, 1997; Semetko y Valkenburg, 2000; Tankard, 2001; De Vreese et al., 2001; Miller y Riechert, 2001) abordan el estudio de fenómenos comunicativos desde posiciones micro-teóricas y con métodos principalmente cuantitativos que han sido perfeccionados con el tiempo. De forma diferente, autores de la segunda tendencia, que van desde Gamson y Modigliani (1989) hasta trabajos más recientes (Pan y Kosicki, 2001; Van Gorp, 2007), asumen un planteamiento macro-teórico vinculado al constructivismo y al pensamiento crítico, y exploran la composición de los *frames* reales (mediáticos y personales) y su contexto sociocultural a través de métodos cualitativos que exigen un importante *background*. Esta tendencia mantiene importantes reservas sobre la dimensión del efecto *framing* y la significatividad de los experimentos (Kinder, 2007). En resumen, tras alcanzar una cierta cohesión teórica, parece que actualmente el debate se centra en cómo superar la paradoja que plantea el *frame* a nivel metodológico: elegir entre la representatividad estadística que proporciona la corriente cuantificadora, o la significatividad y contextualización que ofrece la corriente interpretativa. En este sentido, todo apunta hacia una mayor convergencia entre ambas que permita armonizar rigor y relevancia en la investigación del *framing* comunicativo (Gandy, 2001; Van Gorp, 2007).

3. LOS ESTUDIOS COMUNICATIVOS DE FRAMING EN ESPAÑA

La investigación sobre *framing* en las universidades españolas ha estado marcada por muchos de los condicionantes estructurales e históricos que determinan los estudios sobre comunicación en nuestro entorno (Martínez Nicolás, 2006). Así, la ausencia de equipos

coordinados estables y de un desarrollo estratégico planificado de los programas de investigación a escala nacional ha derivado en que, a día de hoy, los esfuerzos individuales hayan presidido la evolución de la mayoría de líneas de trabajo. El *framing* no es, ni mucho menos, una excepción. A pesar de haber contado con aportaciones de gran valor a título individual, la falta de continuidad y un relativo predominio de la reflexión teórica sobre el análisis empírico durante el cambio de siglo ha impedido a la investigación española situarse a la altura de los investigadores anglosajones que lideran este ámbito de conocimiento. Sin embargo, el hecho de que el *framing* haya padecido los mismos errores que otras líneas de investigación, no es motivo suficiente para no reconocer la valía de los esfuerzos realizados y, sobre todo, para intentar reagruparlos de cara a que la producción científica de los próximos años esté mejor planificada y alcance una mayor repercusión. Las entrevistas mantenidas con algunos de los investigadores españoles que más han trabajado en esta línea nos servirán como guía narrativa para este apartado, con el objetivo de diagnosticar el grado de difusión y de aprovechamiento de los recursos que ofrece esta aproximación investigadora. Pero antes conviene completar una breve revisión bibliográfica de las principales contribuciones al *framing* publicadas en la literatura científica española.

Cuando la propia noción de *frame* todavía no había saltado a la palestra de la investigación española, ya podemos encontrar algunas tesis doctorales, como las de Manuel Martínez Nicolás (1994) o Víctor Sampedro (1994), en las que se trabajaba con nociones próximas a los marcos interpretativos que, en esencia, son una de las acepciones empleadas con frecuencia para hablar de *framing*. El paso de los años haría que estos mismos autores actualizaran sus marcos teóricos y ofreciesen interesantes aportaciones a los presupuestos del *framing*. Pero las autoras que más han impulsado este campo y que han conseguido dotar a este tipo de estudios de un sólido armazón teórico son Belén Amadeo (1999) y Teresa Sádaba (2000), quienes bajo la dirección de María José Canel completaron sendas tesis doctorales en las que se sientan las bases para desarrollar estudios empíricos sobre los encuadres. En ambos casos se pueden consultar trabajos posteriores en los que, tanto Amadeo (2002) como Sádaba (2001 y 2006) sintetizan sus hallazgos y ofrecen unos cimientos de calidad para el resto de investigadores contemporáneos. De hecho, Sádaba anticipa en su tesis doctoral muchos de los presupuestos que en la actualidad están ofreciendo un elevado índice de consenso entre los investigadores internacionales. Por lo que respecta al ámbito de las aplicaciones

prácticas de la teoría del *framing*, podemos encontrar ejemplos en las tesis doctorales de Pilar Giménez (2004), codirigida por Paloma Durán y Rosa Berganza sobre la IV Conferencia Mundial de Naciones Unidas sobre las Mujeres, y de Ignacio Álvarez (2004), dirigida por Fermín Bouza sobre la campaña electoral de 2003. Asumiendo el riesgo de olvidar algún otro trabajo doctoral que haya utilizado o que esté utilizando esta línea de trabajo, el mayor flujo de investigaciones que se detecta en la investigación comunicativa sobre *framing* en España se encuentra tanto en las revistas científicas como en los congresos especializados. Es en estos foros donde, como recuerdan tanto María Luisa Humanes como Rosa Berganza, se percibe durante los primeros años de este siglo un mayor auge de este tipo de planteamientos. Una de las primeras aportaciones y que ha contado con una mayor repercusión en el panorama estatal fue publica por Humanes (2001). La revisión bibliográfica nos presenta una serie de autores que han desplegado la mayoría de trabajos en esta línea y que, en su mayoría, se resumen en la Tabla 1:

Tabla 1. *Publicaciones españolas sobre framing*

Autoría	Año	Autoría	Año
Humanes	2001	Igartua, Muñiz y Otero	2007
Sádaba	2001	Muñiz, Igartua y Otero	2006
Amadeo	2002	Igartua, Otero y Muñiz	2006
Berganza	2003	Igartua et al.	2007a
Sánchez, Berganza, García	2003	Igartua et al.	2007b
Humanes e Igartua	2004	Sádaba, La Porte y Rodríguez	2007
Igartua y Muñiz	2004	Rodríguez y Bouza	2007
Igartua et al.	2004	Mena, García y Rodríguez	2007
Vicente	2005		

Fuente: Elaboración propia

Más allá del debate sobre si la cantidad de trabajos es suficiente para hablar de una línea de investigación propia sobre el *framing* en España, resulta más interesante y esperanzadora la comprobación de que los principios que impulsan estos trabajos son, en gran medida, comunes. De hecho, resulta sencillo comprobar que en universidades como la de Salamanca, la Rey Juan Carlos o la de Navarra, existen equipos activos desarrollando investigación empírica en el campo del *framing*.

Una vez enumerados algunos de los principales autores y obras producidas en España, retomamos la senda del análisis crítico del *framing*, con el fin de evaluar la situación actual en nuestro entorno, así como las posibilidades de evolución. Muchos de los debates que, como hemos visto previamente, comienzan a estar superados a escala internacional, parecen persistir entre los investigadores españoles. La necesidad de una mayor

clarificación conceptual de la noción de *frame*, detectada por Martínez Nicolás e Igartua, convive de forma paradójica con la sensación de que las herramientas metodológicas han alcanzado un nivel de validez y de fiabilidad suficiente como para garantizar el desarrollo de un programa de investigación. Sin embargo, esta sensación de escasa claridad conceptual no es compartida por Berganza, quien considera que el problema se ubica más en la diversidad de propuestas que, bajo el nombre de *framing*, han proliferado en la investigación en comunicación, cuando muchos de ellos responden a coordenadas muy diferentes a las que marcan los estándares internacionales.

De todos modos, existe unanimidad al afirmar que no existen síntomas de agotamiento en el *framing*. Las potencialidades se asientan sobre la percepción de que el proceso comunicativo sobre el que opera el *framing* resulta mucho más complejo de lo que en un principio se podía imaginar y los campos en los que puede resultar útil son numerosos, según Igartua. En este sentido, y como recuerda Humanes, la necesidad de huir de esquemas simplificados y de efectos directos es urgente, ya que incluso el procedimiento habitual de analizar la producción periodística está obviando que la construcción del mensaje mediático comienza en puntos previos a las redacciones, como gabinetes de comunicación o expertos en relaciones públicas. Berganza, por su parte, coincide al recordar que es necesario prestar atención a todo el proceso, y no sólo a una fase concreta.

La evaluación sobre los trabajos empíricos que se han completado en la órbita española no es positiva, ya que se considera que el proceso expansivo que ha marcado las últimas décadas en los países anglosajones no ha tenido un correlato a nivel español. Berganza afirma que a principios del siglo XXI sí que parecía que se podía convertir en un campo relevante, pero la falta de continuidad y la relajación en el manejo de los conceptos básicos ha provocado que, hoy en día, la situación en España no sea la mejor. Como recuerda Humanes, la investigación sobre *framing* requiere un trabajo en equipo que es poco común en nuestras facultades, así como una formación teórica y metodológica que exige un grado de sofisticación muy superior al que presentan los investigadores contemporáneos. Por su parte, Igartua destaca que hay grupos que están trabajando bien, pero evidencia su realismo al recordar la gran brecha que se puede percibir respecto a otros países del contexto anglosajón. A pesar de reconocer la relativamente desalentadora situación desde la que parte la academia española, la sensación generalizada entre los expertos es que nos encontramos ante una buena oportunidad, ya que el *framing* ofrece

campos abiertos y sugerentes líneas de trabajo. La capacidad de formar equipos de trabajo amplios, que cuenten con un soporte intelectual y material en condiciones, se presenta como uno de los principales retos para la investigación en comunicación española. De la formación de una masa crítica de investigadores entrenados en estas teorías y técnicas de investigación dependerá el rumbo que adopten estos estudios comunicativos en España.

4. CONCLUSIÓN: TENDENCIAS ACTUALES

A través de la descripción de todas las novedades expuestas quedan marcadas dos tendencias generales claras: la primera es que se ha producido un paso metateórico decisivo que está permitiendo transitar del *paradigma fracturado* que denunciaba Entman (1993), a un *programa de investigación en construcción* como afirma D'Angelo (2002), siguiendo la terminología de Lakatos, que se encuentra en plena actualidad investigadora y aspira a situarse en el centro del debate comunicativo, si no lo está ya. Y en segundo lugar, la tendencia hacia la convergencia conceptual y metodológica es, quizás, uno de los mejores síntomas de la consolidación de la disciplina a nivel internacional. La acumulación de resultados empíricos permite comenzar a tender puentes entre formas de entender un fenómeno de magnitudes tan amplias como es el *framing*. Será esta capacidad de articular modelos comunes de observación y análisis de la realidad social y comunicativa la que permita que se estrechen las relaciones entre las dos corrientes principales de investigación, la *cuantificadora* y la *interpretativa*. En la medida en que esta convergencia se consiga, se abrirán nuevas vías de desarrollo, permitiendo extraer un beneficio mayor a una especialidad que ya ha dado muestras de su validez explicativa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ÁLVARO, I. (2004). *Los usos estratégicos del framing: la campaña electoral de 2003*. Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid.
- AMADEO, B. (1999). *El proceso de transmisión de significados. La aplicación de la teoría del framing a la cobertura de la corrupción política en argentina (1991-1996)*. Tesis doctoral, Universidad de Navarra.
- AMADEO, B. (2002). La teoría del *Framing*. Los medios de comunicación y la transmisión de significados. *Revista de Comunicación de la Facultad de Piura*, vol. 1, 1-54.
- BATESON, R. (1972). *Pasos hacia una ecología de la mente*. Lohle-Lumen.
- BERGANZA, R. (2003). La construcción mediática de la violencia contra las mujeres desde la Teoría del Enfoque. *Comunicación y Sociedad*, vol. XVI, nº 2, 9-32.
- BOUZA, F. y RODRÍGUEZ, R. (2007). Cambios en las agendas y cambios en la comunicación política: encuadres (*frames*) y agendas. Comunicación presentada en el II Congreso de Comunicación Política.
- BRYANT, J. y MIRON, D. (2004). Theory and research in mass communication. *Journal of Communication*, 54 (4), 662-704.
- CAPPELLA, J. y JAMIESON, K. (1997). *Spiral of cynicism. The press and the public good*. Oxford University Press.

- CHONG, D. y DRUCKMAN, J. (2007). A theory of framing and opinion formation in competitive elite environment. *Journal of Communication*, 57 (1), 99-118.
- D'ALESSIO, D. y ALLEN, M. (2000). Media bias in presidential elections. *Journal of Communication*, 50 (1), 133-156.
- D'ANGELO, P. (2002). News framing as a multiparadigmatic research program: a response to Entman. *Journal of Communication*, 52 (4), 870-888.
- DE VREESE, C.H., PETER, J. y SEMETKO H.A. (2001). Framing politics at the launch of the euro: a cross nacional comparative study of frames in the news. *Political communication*, 18 (2), 107-122.
- EDY, J. y MEIRICK, P. (2007). Wanted. Dead or alive: media frames, frame adoption, and support for the war in Afghanistan. *Journal of Communication*, 57 (1), 79-98.
- EDELMAN, M. (1993). Contestable categories and public opinion. *Political communication*, 19, 231-242.
- ENTMAN, RM. (1991). Framing U.S. coverage of international news: contrasts in narratives of the KAL and Iran Air incidents. *Journal of Communication*, 41 (4), 6-27.
- ENTMAN, R.M. (1993). Framing: toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43 (4), 51-58.
- ENTMAN, R.M. (2003). Cascading activation: contesting White House's frame after 9/11. *Political Communication*, 20, 415-432
- ENTMAN, R.M. (2007). Framing bias: media in the distribution of power. *Journal of Communication*, 57 (1), 163-173.
- GAMSON, W.A. (1975). Review of "Frame Analysis: an essay on the organization of the experience". *Contemporary Sociology*, 4 (6), 603-607.
- GAMSON, W.A. (1989). News as framing: comments on Graber. *American Behavioral Scientist*, 33 (2), 157.
- GAMSON, W.A. (1992). *Talking politics*. Cambridge University Press.
- GAMSON W.A. y MODIGLIANI, A. (1987). The changing culture of affirmative action. In R.D. Braungart & M.M. Braungart (Eds.), *Research in Political Sociology*, vol. 3, 137-177. JAI.
- GAMSON W.A. y MODIGLIANI, A. (1989). Media discourse and public opinion on nuclear power: a constructionist approach. *American Journal of Sociology*, 95 (1), 1-37.
- GANDY, O.H. (2001). Epilogue. Framing at the horizon: a retrospective assessment. En S.D. Reese, O. Gandy, y A. Grant (Eds.), *Framing Public Life*, 355-378. Erlbaum.
- GANS, H.J. (1979). *Deciding what's news. A study of CBS Evening news, NBC Nightly news, Newsweek, and Time*. Pantheon.
- GIMÉNEZ, P. (2004). *Una aproximación a la teoría del enfoque: el caso de la IV Conferencia Mundial de Naciones Unidas sobre las Mujeres en la prensa escrita española*. Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid.
- GITLIN, T. (1980, 2003). *The whole world is watching. Mass media in the making and unmaking of the new left*. University of California Press.
- GOFFMAN, E. (1974). *Frame analysis. An essay on the organization of the experience*. Northeastern University Press.
- GOFFMAN, E. (2006). *Frame analysis. Los marcos de la experiencia*. CIS.
- GRABER, D. (1988). *Processing the news: how people tame the information tide*. Longman.
- HERTOG, J. y McLEOD, D. (2001). A multiperspectival approach to framing analysis: a field guide. En S.D. Reese, O. Gandy, y A. Grant (Eds.), *Framing public life*, 139-161. Erlbaum.
- HWANG, H. GOTLEIB, M.R., NAH, S. Y McLEOD D.M. (2007). Applying a cognitive processing model to presidential debate effects. *Journal of Communication*, 57 (1), 40-49.
- HUMANES, M.L. (2001). El encuadre mediático de la realidad social: un análisis de los contenidos informativos en televisión. *ZER, Revista de Estudios de Comunicación*, nº 11.
- HUMANES, M.L. e IGARTUA, J.J. (2004). El encuadre noticioso de la realidad: reflexiones teórico-metodológicas sobre el concepto de "framing". *Quaderns de filologia. Estudis de comunicació*, nº 2, 201-217.
- IGARTUA, J.J. y MUÑIZ, C. (2004). Encuadres noticiosos e inmigración: un análisis de contenido de la prensa y televisión españolas. *ZER, Revista de Estudios de Comunicación*, nº 16.
- IGARTUA, J.J.; MUÑIZ, C. y OTERO, J.A. (2007). El tratamiento de la inmigración en los medios de comunicación: un análisis comparativo entre prensa y televisión. En J.J. Igartua y Carlos Muñiz (Coord.) *Medios de comunicación, inmigración y sociedad*, 149-172.

- IGARTUA, J.J.; OTERO, J.A. y MUÑIZ, C. (2006). El tratamiento informativo de la inmigración en la prensa y televisión española. Una aproximación empírica desde la Teoría del Framing. *Global Media Journal*, Vol. 3, nº 5.
- IGARTUA, J.J. et al. (2004). Imágenes de Latinoamérica en la prensa española: una aproximación empírica desde la Teoría del Encuadre. *Comunicación y Sociedad*, Vol. 17, nº 1, 46-75.
- IGARTUA, J.J. et al. (2007a). Efectos cognitivos y afectivos de los encuadres noticiosos de la inmigración. En J.J. Igartua y Carlos Muñiz (Coord.) *Medios de comunicación, inmigración y sociedad*, 197-232.
- IGARTUA, J.J. et al. (2007b). El tratamiento informativo de la inmigración en los medios de comunicación españoles. Un análisis de contenido desde la Teoría del Framing. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 13, 91-110.
- IYENGAR, S. (1991). *Is anyone responsible? How television frames political issues*. University of Chicago Press.
- IYENGAR, S. y KINDER D.R. (1987). *News that matters: television and american opinion*. University of Chicago Press.
- KAMHAWI, R. y WEAVER, D. (2003). Mass communication research trends from 1980 to 1999. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 80 (1), 7-27.
- KAHNEMAN, D. y TVERSKY, A. (1979). Prospect theory: an analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47, 263-291.
- KAHNEMAN, D. y TVERSKY, A. (1984). Choices, values, and frames. *American Psychologist*, 39, 341-350.
- KINDER, D.R. (2007). Curmudgeonly advice. *Journal of Communication*, 57 (1), 155-162.
- KÖNIG, T. (2003, 2006). *Frame analysis* (<http://www.ccsr.ac.uk/methods/publications/frameanalysis/>)
- LAKOFF, G. (2004). *Don't think of an elephant. Know your values and frame the debate*. Duell, Sloan, and Pearce.
- LUNTZ, F. (2007). *Words that works: It's not what you say, it's what people hear*. Hyperion.
- MAHER, T.M. (2001) Framing: an emerging paradigm or a phase of agenda setting. En S.D. Reese, O. Gandy, y A. Grant (Eds.), *Framing Public Life*, 84-93. Erlbaum.
- MARTÍNEZ NICOLÁS, M. (1994). *La construcción de la crisis del SIDA en la información periodística: análisis del discurso informativo sobre el SIDA en Cambio 16, Tiempo de Hoy e Interviu (1982-1992)*. Tesis doctora, Universitat Autònoma de Barcelona.
- MARTÍNEZ NICOLÁS, M. (2006). Masa (en situación) crítica. La investigación sobre periodismo en España: comunidad científica e intereses de conocimiento. *Análisis. Quaderns de Comunicació i Cultura*, 33, 135-170.
- McCOMBS, M. (1997). News frontiers in agenda setting: agendas of attributes and frames. *Mass communication review*, 24 (1&2), 32-52.
- McCOMBS, M. y GHANEM, S.I. (2001). The convergence of agenda setting and framing. En S.D. Reese, O. Gandy, y A. Grant (Eds.), *Framing public life*, 67-82. Erlbaum.
- McQUAIL, D. (2005). *Mass communication theory*. Sage
- MENA, N.; RODRÍGUEZ, J. y RODRÍGUEZ, I. (2007). Encuadres genéricos y discursos políticos. Comunicación presentada en el II Congreso de Comunicación Política.
- MILLER, M. (1997) Frame mapping and analysis of new coverage of contentious issues. *Social science computer review*, 15 (4), 367-378.
- MILLER, M. y RIECHERT, B. (2001). The spiral of opportunity and frame resonance: mapping the issue cycle in news and public discourse. En S.D. Reese, O. Gandy, y A. Grant (Eds.), *Framing public life*, 107-122. Erlbaum.
- MOLOTCH, H. (1977). Media and movements. En M.N. Zald, y J.D. McCarthy (Eds.), *The dynamics of social movements (71-93)*. Winthrop.
- MUÑIZ, C.; IGARTUA, J.J.; OTERO, J.A. (2006). Imágenes de la inmigración a través de la fotografía de prensa: un análisis de contenido. *Comunicación y Sociedad*, Vol. 19, nº 1, 103-128.
- NELSON, T.E., CLAWSON, R.A., Y OXLEY, Z.M. (1997). Media framing of civil liberties conflict and its effects on tolerance. *American Political Science Review*, 91, 567-583.
- PAN, Z.D. y KOSICKI, G.M. (1993). Framing analysis: an approach to news discourse. *Political communication*, 10 (1), 55-76.
- PAN, Z.D. y KOSICKI, G.M. (2001) Framing as a strategic action in public deliberation. En S.D. Reese, O. Gandy, y A. Grant (Eds.), *Framing public life*, 36-66. Erlbaum.
- PRICE, V. y TEWKSBURY, D. (1997). News value and public opinion: A theoretical account of media priming and framing. In G.A. Barret y F.J. Boster (Eds.) *Progress in communication sciences: Advantages in persuasion* (Vol.13, 173-212). Ablex.
- PRICE, V., TEWKSBURY, D., y POWERS, E. (1997). Switching trains of thought: The impact of the news frames on readers' cognitive responses. *Communication Research*, 24, 481-506.

- REESE, S.D. (2001). Prologue. Framing public life: a bridging model for media research. En S.D. Reese, O. Gandy, y A. Grant (Eds.), *Framing Public Life*, 7-31. Erlbaum.
- REESE, S.D. (2007). The framing project: a bridging model for media research revisited. *Journal of Communication*, 57 (1), 148-154.
- REESE, S.D., GANDY, O.H., y GRANT, A.E (Eds.) (2001). *Framing public life. Perspectives on media and our understanding of the social world*. Erlbaum.
- SÁDABA, T. (2000). *La teoría del encuadre (framing) desde una perspectiva simbólica. Una propuesta de estudio para los medios de comunicación*. Tesis doctora, Universidad de Navarra.
- SÁDABA, T. (2001). Orígenes, aplicación y límites de la teoría del encuadre (framing) en comunicación. *Comunicación y Sociedad*, vol. XIV, nº 2, pp. 143-175.
- SÁDABA, T. (2006). *Framing: una teoría para los medios de comunicación*. Pamplona: Ulzama.
- SÁDABA, T.; LA PORTE, T. y RODRÍGUEZ-VIRGILI, J. (2007). La teoría del Framing en la investigación en Comunicación Política. Comunicación presentada en el II Congreso de Comunicación Política.
- SAMPEDRO, V. (1994). *Nuevos movimientos sociales, agendas políticas e informativas: el caso de la objeción de conciencia*. Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid.
- SÁNCHEZ ARANDA, J.J.; BERGANZA, R.; GARCÍA ORTEGA, C. (2003). *Mujer publicada, mujer maltratada. Libro de estilo para informar en los medios de comunicación sobre la mujer*. Pamplona: Gobierno de Navarra. Instituto Navarro de la Mujer
- SCHEUFELE, D.A. (1999). Framing as a theory of media effects. *Journal of Communication*, 49 (1), 103-122.
- SCHEUFELE, D.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.
- SCHEUFELE, B. (2004). Framing-effects approach: a theoretical and methodological critique. *European Journal of Communication Research*, 29, 401, 428.
- SCHEUFELE, D.A. y TEWKSBURY, D. (2007). Framing, agenda setting, and priming: the evolution of three media effects models. *Journal of Communication*, 57 (1), 9-20.
- SEMETKO, H.A. y VALKENBURG P.M. (2000). Framing european politics: analysis of press and TV news. *Journal of Communication*, 50 (1), 93-109.
- SHOEMAKER, P. y REESE. S.D (1991, 1996). *Mediating the message. Theories of influences on mass media content*. Longman.
- SNOW D. y BENFORD R. (1988). Ideology, frame resonance, and participant mobilization. *Internacional Social Movement Research*, 1, 197-218.
- TANNEM, D. (1979). What's a frame? Surface for underlying expectatations. In R.O. Freedle (Ed.) *New directions in discourse processing*, 137-181. Ablex.
- TANKARD, J., HENDRICKSON, L., SILBERMAN, J., BLISS, K., y GHANEM, S. (1991). *Media frames: approaches to conceptualization and measurement*. Paper presented to the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Media, Boston, MA.
- TANKARD, J. (2001). The empirical approach to the study of media framing. En S.D. Reese, O. Gandy, y A. Grant (Eds.), *Framing Public Life*, 95-106. Erlbaum.
- TEWKSBURY, D. y SCHEUFELE, D.A, (Eds.) (2007) "Special Issue on *Framing*, Agenda Setting, & Priming: Agendas for Theory and Research". *Journal of Communication*, 57 (1), 9-173.
- TUCHMAN, G. (1978). *Making news: an study in the construction of reality*. Free Press.
- VALKENBURG, P.M. SEMETKO, H.A. y DE VREESE, C.H. (1999). The effects of news frame on readers thoughts and recall. *Communication Research*, 26 (5), 550-569.
- VAN GORP, B. (2007). The constructionist approach to framing: bringing culture back in. *Journal of Communication*, 57 (1), 60-78.
- VICENTE, M. (2005). Framing theory: Will be sufficient fifty years more to obtain an own space in the Communication Research. Comunicación presentada en la 1ª European Communication Conference.
- WEAVER, D.H. (2007). Thoughts on agenda setting, framing and priming. *Journal of Communication*, 57 (1), 142-147.
- ZHOU, Y. y MOY, P. (2007). Parsing framing process: the interplay between online public opinion and media coverage. *Journal of Communication*, 57 (1), 79-98.