

# COMMUNICATION & SOCIETY

---

## Enric Saperas

enric.saperas@urjc.es  
Catedrático de Universidad.  
Grupo de Estudios Avanzados  
de Comunicación (GEAC).  
Universidad Rey Juan Carlos.  
España.

---

## Ángel Carrasco-Campos

angel.carrasco.campos@soc.uva.es  
Profesor Ayudante Doctor.  
Departamento de Sociología y  
Trabajo Social. Grupo de  
Estudios Avanzados de  
Comunicación (GEAC)  
Universidad de Valladolid.  
España.

---

## Recibido

27 de abril de 2015

## Aprobado

21 de julio de 2015

---

## © 2015

## Communication & Society

ISSN 0214-0039

E ISSN 2386-7876

doi: 10.15581/003.28.4.sp.49-66

[www.communication-society.com](http://www.communication-society.com)

---

2015 – Vol. 28(4),  
pp. 49-66

---

## Cómo citar este artículo:

Saperas, E. & Carrasco-Campos, A. (2015). La operacionalización de la noción de *framing* en *Journal of Communication* (2009-2013). Objetos de estudio, técnicas de investigación y construcción teórica. *Communication & Society* 28(4), 49-66.

---

Este trabajo se inscribe en el marco del proyecto de investigación *25 años de investigación sobre comunicación en España. Producción científica, comunidad académica y contexto institucional (INCOMES-25)* del Plan Estatal de Investigación Científica y Técnica de Excelencia (2013-2016) (CSO2013-40684-P).

## La operacionalización de la noción de *framing* en *Journal of Communication* (2009-2013): objetos de estudio, técnicas de investigación y construcción teórica

### Resumen

La operacionalización y los dispositivos de construcción teórica constituyen los dos elementos centrales que definen la práctica de la investigación en cualquier campo de las ciencias sociales. Por operacionalización de un concepto de investigación social hacemos referencia al proceso por el cual se definen los objetos de estudio mediante dos tipos sucesivos de acción cognitiva: la formación y replicación del enfoque teórico-metodológico y la selección de los fenómenos empíricos que representan los conceptos abstractos. El objetivo de este estudio es observar y explicar cómo se operacionaliza la noción de *framing* y qué modalidades de construcción teórica se formalizan en los *papers* publicados por la revista *Journal of Communication* en un periodo comprendido entre los años 2009 y 2013. Para ello se ha aplicado un análisis de contenido a un total de 50 artículos, distribuidos en 26 números de la revista. La elección de esta revista queda justificada no sólo por su impacto y carácter de referencia a nivel internacional, sino especialmente por tratarse de una publicación estrechamente relacionada con una de las principales asociaciones científicas como la *International Communication Association* (ICA). De forma general se observa una importante cohesión y estandarización en la investigación sobre *framing* publicado en *Journal of Communication* durante el periodo analizado.

### Palabras clave

*Framing, media studies, Journal of Communication, operacionalización, construcción teórica, diseño de investigación*

### 1. *Framing*: un concepto de largo recorrido

La noción de *framing* ha sido una de las construcciones conceptuales que mayor desarrollo y diversidad ha experimentado en las últimas

décadas de la investigación en comunicación (Bryant & Miron, 2004; Weaver, 2007; Sádaba, 2008; Vicente-Mariño & López-Rabadán, 2009; López-Rabadán, 2010; López-Rabadán & Vicente-Mariño, 2013; Igartua & Humanes, 2004: 257-266; Marín & Zamora, 2014; Oller, 2014). Desde su primera formulación psicológica por Gregory Bateson (1955, 1972) y de su formalización canónica en sociología interpretativa propuesta por Erving Goffman (1974) hasta su aplicación 'balcanizada' en la investigación comunicativa por investigadores de referencia internacional (Entman; 1993; Scheufele, 1999; Semetko & Valkenburg, 2000; Reese, 2001; D'Angelo, 2002, entre otros), el concepto de *framing* ha sido objeto de un progresivo proceso de definición teórica, operacionalización metodológica y aplicación empírica (López-Rabadán & Vicente-Mariño, 2013).

Conforme a este desarrollo, la noción de *framing* constituye un caso ejemplar en el proceso de madurez y actual consolidación de la investigación en comunicación. Así, como con otros conceptos y teorías de la comunicación, el desarrollo teórico-metodológico de *framing* habría pasado por diferentes etapas de madurez (Saperas, 2012; Carrasco-Campos & Saperas, 2013 y 2014a), oleadas (McQuail, 2005) o "flujos y reflujos de problemáticas" (Mattelart & Mattelart, 1997: 10), desde su diversidad teórica originaria en diversos ámbitos de las ciencias sociales (psicología social, psicología cognitiva, sociología interpretativa, e incluso antropología social), hasta su actual reconocimiento como concepto de alta aplicabilidad en la investigación en comunicación.

Sin ánimo de describir de forma exhaustiva ni en detalle las fases de evolución de conceptualización y operacionalización de la noción de *framing* desde los años setenta hasta la actualidad (no es esa tarea objetivo de nuestro trabajo), podemos al menos señalar un primer periodo (Vicente-Mariño & López-Rabadán, 2009: 17-18) en el que, desde disciplinas solidarias con la investigación comunicativa como la psicología, la sociología interpretativa (Borah, 2011), la fenomenología y el interaccionismo simbólico como raíces teóricas reconocibles (Sádaba, 2008: 23-35), el concepto de *frame* es considerado como fenómeno susceptible de ser tomado en préstamo para el estudio de la comunicación social: opinión pública, efectos mediáticos, producción de noticias, construcción social/mediada de la realidad. Esta primera etapa, que nos lleva desde la década de los años setenta hasta los primeros años de la década de los noventa, destaca por el reconocimiento de los procesos de encuadre como problema comunicativo y por las primeras propuestas de definición teórica a partir de ciencias sociales consolidadas (Bateson, 1955, 1972; Goffmann, 1974; Tuchman, 1978; Gitlin, 1980; Iyengar & Kinder, 1987; Gamson & Modigliani, 1989).

Un segundo periodo recorre la década de los años noventa, y viene marcado por la necesidad consciente de aclarar el lugar de la noción de *framing* dentro del espacio propio de investigación en comunicación. El concepto de *frame*, ya incorporado a los *Media Studies*, es reclamado por diferentes autores bien como avance teórico significativo con entidad propia ("*framing needs to be different from other closely related concepts in mass media effects research*"; Scheufele, 1999: 104), tanto para el estudio de los discursos informativos (Entman, 1991; Shoemaker & Reese, 1991; Gamson, 1992; Edelman, 1993; Pan & Kosicki, 1993) como de efectos, (Valkenburg, Semetko & de Vreese, 1999); bien a modo de segundo nivel de la *agenda-setting* (McCombs, Shaw & Weaver, 1997; McCombs, López-Escobar, Llamas & Rey, 2001; McCombs & Ghanem, 2001, McCombs & Reynolds, 2002); bien como "paradigma fracturado" necesitado de clarificación (Entman, 1993); bien como programa de investigación multiparadigmático (D'Angelo, 2002).

Este segundo periodo, el más rico a nivel teórico, debe ser encuadrado dentro del marco general de reorganización del campo de la comunicación, fruto de los fuertes cambios acontecidos a nivel tanto contextual como del propio sistema comunicativo, proceso en el que las revistas científicas, congresos académicos y asociaciones internacionales de investigadores jugarán un papel institucional clave (Carrasco-Campos y Saperas, 2013 y 2014a). De hecho, el año 1993, fecha de publicación del monográfico titulado

*The disciplinary Status of Communication Research* del *Journal of Communication*, puede ser considerado como fecha de inicio simbólico de esta fase, pues en ese mismo especial se recogería el texto que, a la postre, sería más determinante en la propia definición de la teoría del *framing*: *Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm* de Robert M. Entman (1993).

Y si proponemos, dentro de este nuevo contexto investigador ampliamente institucionalizado, un especial del *Journal of Communication* como hito de la disputa, también debemos señalar a un número de esta misma revista como demarcador simbólico del cierre de esta fase reorganización teórica respecto al concepto de *framing*. Nos referimos al *Framing, agenda setting, and priming: The evolution of three media effects models* (Scheufele & Tewksbury, 2007). Este número servía para consolidar la noción de *framing* como modelo teórico reconocible dentro del ámbito disciplinar de la comunicación, pero dejando en un segundo plano la determinante disputa teórica de la década precedente. Así, de manera similar a como Robert T. Craig defendía una propuesta integradora del campo de la comunicación desde la teoría (*Communication Theory as a Field*, 1999), la noción de *framing* se destacaba como elemento teórico unificador de una importante diversidad metodológica de operacionalización de ese concepto, en virtud de su alta capacidad de generar datos contrastables y replicables como forma de avance científico por comparación y acumulación de resultados. Se consolida así una propuesta intermedia de la noción de *framing* cuyos límites y rasgos de identidad lo determina su capacidad de ser definido como programa empírico. Si el concepto de *framing* destaca, desde entonces, por algo es por su alta aplicabilidad, tanto desde la sociología de la comunicación como desde la psicología de la comunicación:

El valor del *framing*, no obstante, no depende de su potencial como campo de investigación unificado sino, tal y como he sugerido previamente, por tratarse de un modelo desafiante que abarca segmentos del campo que necesitan estar en contacto los unos con los otros: lo cuantitativo y lo cualitativo, lo empírico y lo interpretativo, lo psicológico y lo sociológico, y lo académico y lo profesional (Reese, 2007: 148).

Una explicación de las relaciones entre *agenda-setting* (y *priming*) y *framing* necesita relacionar diferentes niveles de análisis y responder (a) cómo se crean los mensajes, (b) la forma en que se procesan, y (c) cómo se producen los efectos (Scheufele & Tewksbury, 2007: 12).

Esta tercera etapa, en la que centraremos nuestro periodo de análisis, vendrá marcada por una persistente tendencia hacia la producción empírica bajo el marco conceptual que propone la noción de *framing* en una fase de avanzado desarrollo metodológico (Igartua *et al.*, 2007; López-Rabadán & Vicente-Mariño, 2013). En otras palabras, tras una primera fase de préstamo de la noción de *framing* desde la sociología y la psicología y una segunda fase de fuerte debate teórico-metodológico en torno a la disputa operativa y conceptual del *framing*, el especial publicado en *Journal of Communication* abriría un tercer periodo en el que destacaría el estatus del *framing* como programa empírico ampliamente dominante. Esta tercera fase se llevará a cabo con una alta presencia de trabajos aplicados en las revistas de referencia. Así, por ejemplo, Bryant y Miron concluían en su revisión bibliométrica de las principales revistas internacionales, publicada en 2004, que la noción de *framing* constituía una de las construcciones teóricas más empleadas en la investigación mediática del recién iniciado siglo XXI (Bryant & Miron, 2004: 695-696), siendo *Journal of Communication*, objeto de nuestro estudio, la revista con mayor número de publicaciones sobre *framing* durante el periodo y muestra analizados (Bryant & Miron, 2004: 693).

Tres años más tarde, Weaver constataba en su texto de 2007 un progresivo y constante aumento en la producción científica sobre *framing*, superando en más del doble el número de artículos referidos a esta noción en *Communication Abstracts* durante el periodo 2001-2005 (165 artículos) respecto al anterior periodo 1996-2000 (76 artículos) (Weaver, 2007: 143).

Por su parte, Scheufele e Iyengar reconocen ya en 2012 una presencia recurrente de estudios sobre *framing* en las principales revistas internacionales (“*today, virtually every volumen of the major journals features at least one paper on media frames and framing effects*”; Scheufele & Iyengar, 2012: 2), constatando ambos autores de referencia el carácter central de este programa empírico en la investigación comunicativa internacional. Con ello, podemos confirmar, tal y como proponen Sádaba, Rodríguez y Bartolomé (2012: 112) el reciente éxito operativo del *framing* fruto de los avances sobre su comprensión teórica.

## 2. Objetivos y método

### 2.1. Operacionalización del concepto *framing*

Según describíamos, nuestra investigación toma como contexto esta tercera fase de desarrollo de la noción de *framing*, caracterizada por una gran productividad científica de tipo aplicado y por una notable diversificación de sus ámbitos de intervención y de los objetos de estudio evaluados. En este contexto, el desarrollo de la investigación sobre el *framing* ha experimentado dos tendencias aparentemente contradictorias. En primer lugar podemos hablar del fomento de la diversidad de ámbitos y de temas de investigación, lo que habría repercutido en el ya referido importante aumento de la presencia de estudios sobre *framing* en las principales revistas internacionales, fruto de la capacidad operativa desarrollada tras años de debate teórico. Como consecuencia se habría permitido una notable creatividad y una decidida diversidad paradigmática capaces de conducir hacia una visión integral del proceso de *framing* (Borah, 2011: 246). Con todo, en el marco de una continuada dispersión metodológica de la noción de *framing*, la consecuencia a medio plazo ha sido la consolidación de una tendencia contraria a su univocidad. Esto es, el desarrollo de esta tendencia habría conducido hacia una falta de conceptualizaciones precisas y comunes (Scheufele, 1999: 103; Reese, 2001; Amadeo, 2002) y una carencia de mecanismos compartidos para operacionalizar la noción de *framing*.

Esta segunda tendencia ha generado enfoques y estrategias de investigación manifiestamente diversas y a menudo distintas (Borah, 2011: 247) en una gran diversidad de objetos de estudio. Aunque Robert Entman (1993: 163) ya había advertido en el inicio de la investigación que no debería haber un solo paradigma de *framing*, y aunque al cabo de diez años Paul D’Angelo (2002: 879-880) propondría las ventajas de desarrollar un programa multiparadigmático, no se ha impedido resolver una marcada ambigüedad conceptual, una notable polisemia y un escaso éxito en consolidar un marco teórico y metodológico unificado y coherente (Reese, Gandy & Grant, 2001; Koenig, 2006). Sin embargo, la diversidad de aplicaciones de la noción de *frame* y la coexistencia de estas dos tendencias no ha dificultado el impulso de la investigación y su consolidación como uno de los marcos teóricos de mayor impacto en la investigación comunicativa de carácter aplicado (Saperas, 2011: 53-55). Todo lo contrario, parece haberle ofrecido una oportunidad para su desarrollo como un modelo o un programa de investigación altamente adaptado al contexto actual en el que el sistema de medios mediatiza de forma muy diversificada el resto de sistemas sociales. Por todo ello, creemos que observar la operacionalización del concepto de *framing* nos puede dar una respuesta precisa sobre el actual desarrollo de esta modalidad de la investigación comunicativa y sobre su definición.

Por operacionalización de un concepto de investigación social hacemos referencia al proceso por el cual construimos los objetos de estudio mediante dos tipos sucesivos de acción cognitiva: la formación y replicación del enfoque teórico-metodológico y la selección de los fenómenos empíricos que representan los conceptos abstractos. Mediante el proceso de operacionalización podemos dar el paso de un concepto teórico creado paradigmáticamente por una comunidad de investigadores al reconocimiento de procesos y de acciones

que tienen lugar en la realidad social. En otras palabras, mediante las rutinas de trabajo de los científicos podemos transitar del planteamiento general de la investigación a la observación empírica.

## 2.2. Objeto de estudio y muestra

Como ya hemos destacado, el propósito de esta investigación es la observación de la operacionalización del concepto *framing* en los artículos publicados por la revista *Journal of Communication* durante el periodo 2009-2013. En total, el análisis abarca un conjunto de 26 números editados durante cinco años naturales: desde el Volumen 59-Número 1 editado en marzo de 2009 hasta el Volumen 63-Número 6 publicado en diciembre de 2013.

La elección de este periodo como objeto de estudio no es casual pues, tal y como presentábamos líneas atrás, pretende incluir un etapa de cinco años en los que, tras la propuesta de cierre formal del debate sobre el estatuto teórico de la noción de *framing* con el especial *Framing, agenda setting, and priming: The evolution of three media effects models* (Scheufele & Tewksbury, 2007) publicado en *Journal of Communication*, se iniciaría una fase de investigación aplicada. Así, un análisis del ciclo 2009-2013 nos habría de permitir una caracterización de los límites y estándares de operacionalización de una noción teórica en fase de madurez, tras ser ampliamente discutida y debatida durante las dos décadas anteriores por parte la comunidad científica internacional.

Por otra parte, las revistas científicas de referencia del campo disciplinar de la comunicación, siempre atentas al debate y a la definición del propio campo, constituyen un ámbito de observación pertinente para el estudio de los procesos de operacionalización de conceptos marco de la investigación comunicativa. En nuestro caso, la revista *Journal of Communication*, sin duda, constituye un objeto de estudio preferente para la observación de la operacionalización del concepto de *framing*, por cuanto textos fundamentales para su discusión teórica de los últimos veinte años (Entman 1991; Entman, 1993; Scheufele, 1999; Semetko & Valkenburg, 2000; D'Angelo, 2002; Bryant & Miron, 2004; Reese, 2007; Weaver, 2007; Scheufele & Tewksbury, 2007 entre otros) han sido publicados por ella, trascendiendo su papel como mero medio para la difusión del conocimiento científico y posicionarse como activo actor institucional del debate académico sobre *framing*, especialmente si consideramos su decidida contribución con el ya mencionado monográfico del año 2007.

Así, la elección de esta revista como objeto de estudio no se realiza desde criterios de representatividad, sino de intencionalidad manifiesta de acotar la investigación a una revista de cabecera en los estudios de comunicación, no sólo a nivel científico sino también institucional. Por ello, esta decisión quedaría justificada no sólo por su impacto y carácter de referencia a nivel internacional, sino especialmente por tratarse de una publicación estrechamente relacionada con una de las principales asociaciones científicas como la *International Communication Association* (ICA), y por el papel protagonista que han tenido sus artículos y números especiales en el proceso de reorganización y sistematización del campo de la comunicación en general, y de la propia noción de *framing* en particular. Con ello nos instalamos en el contexto de internacionalización, institucionalización y empirismo al que referimos como característica propia de la investigación comunicativa actual y tomamos como unidad de análisis al artículo, en tanto que vehículo privilegiado para la difusión del conocimiento científico de una revista internacional con, además, un importante peso institucional en nuestro ámbito académico (Carrasco-Campos & Saperas, 2014b: 1714)

## 2.3. Codificación y objetivos de investigación

Nuestra investigación se ha realizado mediante un análisis de contenido y tiene como objetivo un estudio de los artículos publicados en *Journal of Communication* que de forma

manifiesta hacen uso del concepto *framing* en su construcción teórica. Para realizar este análisis se ha elaborado una ficha de codificación específicamente diseñada para la observación sistemática de las prácticas del trabajo científico en la operacionalización de conceptos de referencia: aquellos conceptos que permiten identificar un marco teórico y que, paralelamente, aportan estructuras conceptuales que regulan la posición del investigador y las formas y procedimientos de estudio. Concretamente: el diseño ha sido realizado con la finalidad de observar de forma precisa los procedimientos conceptuales y expositivos propios del proceso de operacionalización de un concepto teórico y su aproximación empírica. Estos procedimientos son de dos tipos: (1) aquellos que permiten construir conceptos operativos de carácter general, vinculados a los usos de la teoría que el investigador propone en cada artículo, y (2) los procedimientos expositivos destinados a la observación de fenómenos empíricos mediante diversos métodos y técnicas de carácter cuantitativo, cualitativo, experimental, y mediante la exposición de marcos teóricos o la revisión bibliográfica, entre otros.

Para elaborar la ficha de codificación se parte de la labor realizada en los últimos años en el estudio y descripción de los contenidos y el papel institucional de revistas académicas de referencia (Carrasco-Campos & Saperas, 2013 y 2014b; Martínez-Nicolás & Saperas, 2011; Castillo, 2011; De-Pablos, 2010) y de la evolución del campo disciplinar de los *media studies* en la última década (Carrasco-Campos & Saperas, 2014a). Un resultado prioritario de esta última labor ha sido la elaboración de listados terminológicos que reconocen y sistematizan los objetos de investigación presentes en las revistas internacionales de referencia y los métodos y las técnicas de investigación aplicadas en los artículos publicados.

Como resultado, se ha diseñado una ficha de codificación con 8 variables y 143 indicadores. La ficha de codificación se ha estructurado mediante cinco secciones. La primera permite una identificación de las unidades de análisis conforme a año de publicación, volumen y número de publicación en *Journal of Communication*. Un segundo bloque se focaliza en el tipo de investigación: empírica mediante técnicas cuantitativas, cualitativas y estudio de caso, empírica con técnicas cuantitativas y cualitativas, investigación mediante técnicas experimentales, teórico-conceptual y estudios del contenido de *peer-reviewed journal articles*. Una tercera sección se destina a identificar los objetos de investigación mediante un listado de 41 unidades ya testadas en investigaciones anteriores (Carrasco-Campos & Saperas, 2013). Las técnicas de investigación son el objeto de observación en una cuarta agrupación. Partiendo de la indexación realizada en investigaciones previas (Carrasco-Campos & Saperas, 2013 y 2014b; Saperas & Carrasco-Campos, 2014a) se ha utilizado un listado de 53 técnicas de investigación de presencia regular en la investigación comunicativa internacional. Por último, se observan los procedimientos de construcción teórica a partir del concepto de *framing*.

Estos procesos operativos se realizan mediante los usos propios de una teoría estándar o mediante usos léxicos característicos de la jerga científica. En el primer caso, los usos de la teoría pueden observarse como (1) un marco teórico exclusivo, (2) la noción de *framing* forma el marco teórico desde una posición dominante conjuntamente como otras teorías solidarias, (3) forma parte del marco teórico pero con un valor subordinado de otras teorías y (4) la teoría del *framing* se la identifica como teoría estándar pero no se procede a definir y periodizar un marco teórico. En cuanto a los usos léxicos se observan dos casos: (1) el concepto de *framing* presenta un mero uso léxico que hace referencia a *frames* en segmentos del proceso de comunicación (preferentemente en estudios sociológicos) o a efectos de los *frames* o del *framing* en la audiencia (preferentemente en estudios psicológicos) (Borah, 2011: 253) y (2) el concepto de *framing* se operacionaliza como concepto descriptivo que hace referencia a un segmento o a una parte regular del proceso comunicativo.

Como correlato de la codificación aplicada, los objetivos de investigación (OI) que planteamos se formulan como siguen:

OI1: Conocer la presencia de artículos sobre *framing* en *Journal of Communication* (número total de artículos y distribución por volumen) durante el periodo analizado.

OI2: Conocer los objetos de investigación en la investigación sobre *framing* publicada en *Journal of Communication* durante el periodo de estudio.

OI3: Analizar las modalidades de investigación y técnicas empleadas en los artículos sometidos a análisis.

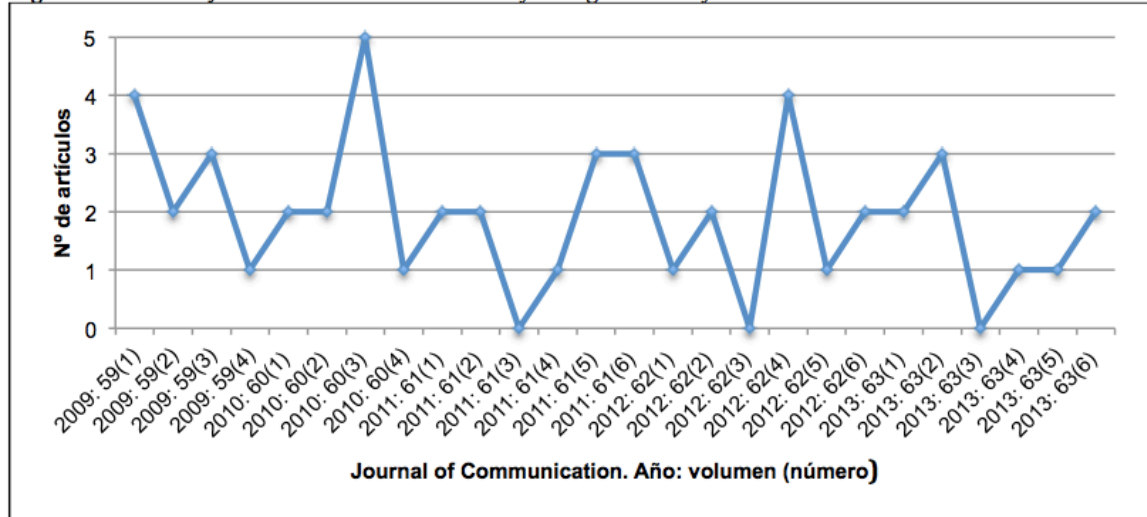
OI4: Identificar los procesos de construcción teórica en la investigación sobre *framing* en los artículos estudiados.

### 3. Resultados

#### 3.1. Presencia y distribución

Como primer elemento descriptivo de nuestro análisis, debemos referirnos a la destacada presencia de artículos que, de un modo u otro, hacen referencia a la noción de *framing*. En total hablamos de 50 artículos (unidades de análisis) distribuidos en 26 números del *Journal of Communication* durante el periodo analizado; una media de 1,92 artículos, siendo la presencia de 2 artículos la más habitual (moda=2). En términos generales, se trata de una importante cantidad, sobre todo considerando que la revista publica entre 8 y 10 artículos por número en su sección "*original articles*". Debemos mencionar también que, de manera general, en cada número podemos encontrar al menos un artículo sobre *framing*, coincidiendo esta situación con las previamente reseñadas afirmaciones que situaban a la noción de *framing*, en un momento de éxito operativo, como una de las principales construcciones teóricas presentes en la investigación aplicada internacional.

**Figura 1.** Presencia y distribución de artículos sobre *framing*. *Journal of Communication* 2009-2013.



Fuente: elaboración propia.

Sin embargo, y como puede comprobarse en la Figura 1, observamos una cierta dispersión en la presencia de artículos en el periodo analizado. Esta presencia varía desde los 5 artículos publicados en el Vol. 60/3 del año 2010 hasta su ausencia en tres publicaciones posteriores editadas en los años 2011 (vol. 61/2), 2012 (vol. 62/3) y 2013 (vol.63/3). Las variaciones observadas en la regularidad de la frecuencia de los artículos fundamentados en el análisis del *framing* no nos debe impedir reconocer su regularidad como elemento teórico presente en el conjunto de artículos científicos analizados. Naturalmente, conforme a la

demarcación de nuestro objeto de estudio, el análisis realizado nos imposibilita avanzar tendencias a largo plazo, aspecto que queda lejos de nuestros objetivos iniciales y que reservamos para futuras investigaciones.

### 3.2. *Objetos de investigación*

Un procedimiento central en los procesos de operacionalización de un concepto abstracto de referencia, como es el caso de *framing*, son los objetos de investigación a los que se aplica. En nuestro caso se observa (Figura 2) un objeto de investigación dominante: la información periodística y la cobertura informativa de acontecimientos de actualidad o de información especializada, preferentemente de orden sanitario. De los 50 artículos sometidos a observación, 35 se orientan hacia la labor periodística mediante una notable diversificación de objetos de estudio en tres ámbitos recurrentes: información política, cobertura informativa y comunicación sanitaria. De forma más precisa, un 26% de los procesos de *framing* son observados en el ámbito del periodismo político mediante tres modalidades: la cobertura de hechos de la actualidad política y polarización; la comunicación periodística en los procesos electorales; y la comunicación política y el debate ciudadano mediante las redes sociales y el debate político *on-line* a partir de fuentes periodísticas.

**Figura 2.** Objetos de investigación sobre *framing*. *Journal of Communication* 2009-2013.

Objeto de la investigación	Número (N=50)	Porcentaje (%)	
COBERTURA INFORMATIVA Y PERIODISMO (excluye información política y sanitaria)	14	28%	
INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN POLÍTICA	Comunicación política: cobertura en información política	5	10%
	Comunicación política: redes sociales, debate político <i>on line</i>	4	8%
	Campaña electoral y medios de comunicación	4	8%
	TOTAL INF./COMUNICACIÓN POLÍTICA	13	26%
CONSUMO DE MEDIOS /RECEPCIÓN	Recepción e interpretación individual de contenidos media, persuasión, toma de decisiones	5	10%
	Consumo Multitarea	2	4%
	Consumo de medios	1	2%
	TOTAL CONSUMO DE MEDIOS/RECEPCIÓN	8	16%
COMUNICACIÓN SANITARIA	8	16%	
COMUNICACIÓN INTERPERSONAL	1	2%	
VIDEOJUEGOS	1	2%	
MULTICULTURALIDAD Y CONTENIDOS MEDIÁTICOS	1	2%	
COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA Y CORPORATIVA	1	2%	
OTROS	3	6%	

Fuente: elaboración propia.

A esta agregación de objetos de investigación referida a la actualidad política se añade una modalidad cercana, pero de carácter no político, con una presencia del 28%: la cobertura informativa de actualidad en medios convencionales y medios digitales (inmigración, género, cobertura informativa general y temas de actualidad, info-entretenimiento, estereotipos en el discurso periodístico, percepción de riesgos, estudios comparativos de coberturas informativas), el periodismo como práctica profesional en el proceso de producción de la noticia (fuentes informativas, credibilidad, prácticas y valores de la profesión periodística, transición digital de las prácticas profesionales, nuevas ofertas periodísticas *on-line*). Este bloque temático dominante de orden periodístico se culmina con la presencia significativa de investigación sobre comunicación y salud, que alcanza una



presencia del 16% (narrativa persuasiva y prevención de enfermedades, persuasión y atención selectiva en las comunicaciones destinadas a la prevención, percepción de riesgos, persuasión mediática y efectos a corto plazo sobre comportamientos y hábitos, información sanitaria y exposición selectiva).

En un segundo orden de frecuencias destaca otro objeto de investigación con fuertes precedentes en la investigación comunicativa: la recepción de la comunicación mediática. Esta segunda agrupación alcanza un 16 % de las frecuencias de objetos de investigación y se articula mediante dos campos de investigación. El primero constituye un objeto clásico en la investigación norteamericana como es la capacidad persuasiva de los medios y su uso para la toma de decisiones por parte de las audiencias, que a su vez incorpora la observación de los procesos de exposición selectiva y la interpretación del discurso periodístico y mediático por parte de los receptores individuales. El segundo campo de temas de investigación, el ámbito más minoritario en nuestra muestra, hace referencia a los hábitos de consumo de medios por parte de receptores individuales.

Frente a esta mayoritaria presencia de los bloques temáticos mencionados, aparecen, con al menos un caso, otros objetos de investigación que evidencian una gran variedad de temas en los que se hace uso de la noción de *framing*: comunicación interpersonal, videojuegos, multiculturalidad y contenidos mediáticos, comunicación estratégica (todos ellos con un caso), y otros objetos no identificables bajo estas categorías generales (tres casos).

A partir de estos datos podemos sostener, al menos, tres afirmaciones. En primer lugar, que la noción de *framing* es, de manera general, empleada en los artículos analizados para el abordaje científico de temas y objetos que podemos considerar “clásicos” para este enfoque teórico, tales como información y periodismo, información y comunicación política, y consumo de medios. Con ello queremos decir que la noción de *framing* muestra de manera mayoritaria su operatividad y aplicabilidad en los mismos objetos y temas de comunicación social para los que originalmente fue tomada en préstamo de la sociología y la psicología, tal y como recogíamos en nuestra introducción. En segundo lugar, debe ser reseñada también la importante presencia de una “nueva” temática en los estudios sobre *framing* publicados en *Journal of Communication* durante el periodo de análisis: la comunicación sanitaria, un tema que podríamos calificar de emergente en el ámbito de la comunicación y en el que la noción de *framing* ha encontrado también espacio de aplicabilidad. Y en tercer lugar, debemos asimismo añadir, aunque con mucha menor presencia –casi testimonial– otros objetos de investigación previamente referidos.

### 3.3. Modalidades y técnicas de investigación

Los datos recogidos sobre las modalidades de investigación en *framing* (Figura 3) revelan que prácticamente la totalidad de casos estudiados responden a estudios empíricos; sólo se recogen dos casos de estudios exclusivamente teóricos, y un único caso no clasificable en esta distinción.

Figura 3. Modalidades de investigación sobre *framing*. *Journal of Communication* 2009-2013.

Modalidades de investigación	Número (N=50)	Porcentaje (%)
EMPÍRICA, CON TÉCNICAS CUANTITATIVAS	24	48%
EMPÍRICA, CON TÉCNICAS EXPERIMENTALES	13	26%
EMPÍRICA, CON TÉCNICAS CUALITATIVAS	7	14%
EMPÍRICA, CON TÉCNICAS CUANTITATIVAS Y CUALITATIVAS	2	4%
EXCLUSIVAMENTE TEÓRICO-CONCEPTUAL	2	4%
EMPÍRICA, RECURRIENDO O EJEMPLIFICANDO CON CASOS	1	2%
NO CLASIFICABLE EN ESTOS CRITERIOS	1	2%

Fuente: elaboración propia.

Adicionalmente, dentro de este marcado carácter empirista, destaca el uso mayoritario de técnicas cuantitativas (48%). En segundo lugar, aunque con una presencia menor pero aun así destacada en términos comparativos, se sitúan las investigaciones de tipo experimental (26%). Frente a ellos, los casos de investigaciones exclusivamente cualitativas resultan minoritarios (14%), y casi excepcionales los estudios de modalidad mixta (con técnicas cuantitativas y cualitativas) y los exclusivamente teóricos, ambos respectivamente con 2 casos (4%).

A diferencia de anteriores etapas previas en el desarrollo de la investigación sobre *framing*, en las que diversos y significativos estudios ofrecían resultados de investigación, hipótesis y reflexiones teóricas con un claro propósito de demarcación conceptual, nuestros primeros datos sobre procesos de investigación apuntan hacia el momento actual, descrito en nuestra introducción, de desarrollo de la noción de *framing* a través de investigaciones empíricas y aplicadas. Estos datos nos permiten acotar un modelo dominante de investigación en *framing* a modo de programa empírico de marcado carácter experimental y, sobre todo, cuantitativo: ambas modalidades agrupan el 74% de los casos analizados. Los datos parecen apuntar así hacia una tendencia de cierta estandarización de los procesos investigadores sobre *framing* publicados en *Journal of Communication* en la fase de madurez que comprende nuestro estudio.

Al analizar el uso de técnicas e instrumentos concretos (Figura 4), comprobamos ese perfil eminentemente cuantitativo y experimental de la investigación en *framing*. Así, un análisis sistemático de la principal técnica de investigación de cada artículo destaca tres grupos de técnicas e instrumentos dominantes: el análisis de contenido (técnica cuantitativa empleada en el 30% de los casos analizados), el diseño original y aplicación de un experimento (22%), y la aplicación de encuestas y cuestionarios (18%), herramientas y técnicas empleadas de manera habitual en investigaciones cuantitativas y experimentales. Como en el caso anterior, estas principales técnicas agrupan una importante mayoría de los casos (70%), frente a las cuales se sitúa cierta diversidad de técnicas, la mayoría de ellas cualitativas, aunque con una presencia mínima (análisis textual, análisis de discurso, entrevistas cualitativas estandarizadas y en profundidad, etc.). Con ello, la tendencia a la estandarización de la investigación en *framing* como programa empírico en este momento actual releva ahora otras dos características estrechamente relacionadas: el empleo de técnicas, herramientas y diseños de investigación que, como el análisis de contenido y el diseño de experimentos, resultan fácilmente replicables en futuras investigaciones; y su capacidad de generar datos cuantificables y objetivables, susceptibles de acumulación y comparación.

Figura 4. Técnica de investigación principal en investigación sobre *framing*. *Journal of Communication* 2009-2013.

Técnica de investigación principal	Número (N=50)	Porcentaje (%)	
ANÁLISIS DE CONTENIDO	15	30%	
DISEÑO ORIGINAL Y APLICACIÓN DE UN EXPERIMENTO	11	22%	
ENCUESTAS Y CUESTIONARIOS	Cuestionario de formato cerrado	3	6%
	Cuestionario on line	3	6%
	Encuesta tipo panel	2	4%
	Cuestionario tipo Likert	1	2%
	TOTAL ENCUESTAS Y CUESTIONARIO	9	18%
ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DE DOCUMENTOS	4	8%	
ENTREVISTAS CUALITATIVAS	2	4%	
ANÁLISIS DEL DISCURSO	2	4%	
ANÁLISIS TEXTUAL	1	2%	
ANÁLISIS ETNOGRÁFICOS	1	2%	
FUENTES SECUNDARIAS	1	2%	
METAANÁLISIS	1	2%	
ANÁLISIS BIBLIOMÉTRICO	1	2%	
OTRAS	2	4%	

Fuente: elaboración propia.

Si procedemos a realizar un análisis más detallado de las técnicas de investigación mediante la observación de hasta tres técnicas y herramientas, los resultados alcanzados apenas difieren de los anteriormente reseñados: las técnicas más frecuentes siguen siendo las encuestas y cuestionarios (24,4% sobre el total de hasta tres técnicas empleadas), el análisis de contenido (19,5%) y el diseño original y aplicación de un experimento (13,4%), datos que confirman nuestra apreciación anterior acerca del carácter eminentemente cuantitativo y experimental de la investigación sobre *framing* durante el periodo analizado. Sin embargo, cabe reseñar dos nuevos datos, tal y como contemplamos en la Figura 5.

**Figura 5.** Técnicas de investigación (observación de hasta tres) en investigación sobre *framing*. *Journal of Communication* 2009-2013.

Técnicas de investigación (observación de hasta tres)		Número (N= 82)	Porcentaje (%)
ENCUESTAS Y CUESTIONARIOS	Encuesta tipo panel	3	3,7%
	Encuesta telefónica	1	1,2%
	Encuesta en internet	1	1,2%
	Cuestionario de formato cerrado	5	6,1%
	Cuestionario on line	5	6,1%
	Cuestionario tipo Likert	5	6,1%
	<b>TOTAL ENCUESTAS Y CUESTIONARIOS</b>	<b>20</b>	<b>24,4%</b>
<b>ANÁLISIS DE CONTENIDO</b>		<b>16</b>	<b>19,5%</b>
ANÁLISIS ESTADÍSTICO	ANOVA. Análisis de varianza	6	7,3%
	Análisis multivariado de regresión	3	3,7%
	MANOVA. Análisis multivariante de varianza	2	2,4%
	ANCOVA. Análisis de covarianza	2	2,4%
	ARIMA. Media móvil integrada autorregresiva	1	1,2%
	<b>TOTAL ANÁLISIS ESTADÍSTICO</b>	<b>14</b>	<b>17%</b>
DISEÑO Y APLICACIÓN DE UN EXPERIMENTO		11	13,4%
ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DE DOCUMENTOS		4	4,9%
ANÁLISIS TEXTUAL		2	2,4%
ANÁLISIS DEL DISCURSO		2	2,4%
FUENTES SECUNDARIAS		2	2,4%
ENTREVISTAS CUALITATIVAS (ESTANDARIZADAS Y ABIERTAS)		2	2,4%
ANÁLISIS LONGITUDINAL		1	1,2%
ANÁLISIS ETNOGRÁFICOS		1	1,2%
METAANÁLISIS		1	1,2%
NETWORK ANALYSIS		1	1,2%
ANÁLISIS BIBLIOMÉTICO		1	1,2%
OTRAS		4	4,9%

Fuente: elaboración propia.

En primer lugar, se aprecia una mayor presencia relativa del uso de encuestas y cuestionarios, que se sitúan en este caso como principal técnica, frente a su tercer lugar al analizar sólo una única técnica principal; y en segundo lugar, una destacada presencia del empleo de análisis estadísticos relativamente complejos, con una presencia del 17% respecto al total de técnicas empleadas. Estos datos no sólo reflejan de nuevo, como decíamos, la voluntad de la investigación sobre *framing* publicada en *Journal of Communication* durante el periodo de análisis de generar datos susceptibles de comparación, acumulación y replicación como forma de avance del conocimiento científico (de manera similar a nuestro anterior análisis, las cuatro técnicas mencionadas representan un 74,3% del total de técnicas usadas en investigación sobre *framing* durante el periodo analizado), sino que

adicionalmente revelan cierta complejidad en los procesos de obtención y análisis de datos. Por tanto, en este sentido debemos destacar en este punto cierto nivel de madurez, sofisticación y complejidad en los análisis y operacionalización metodológica de la noción de *framing* pues, sobre todo al hacer uso de análisis estadísticos multivariados, los datos consignados parecen apuntar hacia una propuesta de ir más allá del mero análisis descriptivo y exploratorio que cabría esperar de investigaciones en etapa de iniciación.

### 3.4. Procesos de construcción teórica

Tal y como se detalla en la nota metodológica de este artículo, nuestro análisis sobre los usos de la teoría pretende averiguar el rol que desempeña la noción de *framing* en la construcción teórica de las investigaciones que conforman nuestro objeto de estudio, así como el uso operativo que esas investigaciones le otorgan como parte del marco teórico-conceptual. A este respecto, distinguimos dos niveles de análisis en el uso de la teoría: en un primer nivel se identifica si el concepto *framing* ha sido o no ha sido empleado como una teoría estándar (“teoría del *framing*”), mientras que en un segundo nivel proponemos un mayor detalle para, en caso afirmativo, determinar el tipo de construcción teórica realizada o, en caso negativo, distinguir si la expresión *framing* ha sido usada bien como léxico de investigación (es decir, como expresión técnica incorporada a la jerga académica), bien como referencia a procesos o efectos comunicativos (“*framing processes*”, “*framing effects*”). Los datos son los recogidos en la Figura 6.

**Figura 6.** *Framing*: procesos de construcción teórica. *Journal of Communication* 2009-2013.

Procesos de construcción teórica		Número (N=50)	Porcentaje (%)
Framing Sí es empleado como teoría estándar	Uso de <i>framing</i> como teoría estándar: teoría exclusiva	16	32%
	Uso de <i>framing</i> como teoría estándar: teoría principal	7	14%
	Uso de <i>framing</i> como teoría estándar: teoría subordinada	7	14%
	Uso de <i>framing</i> como teoría estándar: uso genérico	4	8%
	<b>TOTAL SÍ</b>	<b>34</b>	<b>68%</b>
Framing NO es empleado como teoría estándar	Uso de <i>framing</i> como léxico de investigación	9	18%
	Uso de <i>framing</i> como proceso comunicativo	7	14%
	<b>TOTAL NO</b>	<b>16</b>	<b>32%</b>

Fuente: elaboración propia.

Respecto a nuestro primer nivel de análisis, destacamos una amplia mayoría (68%) de artículos analizados que hacen uso del *framing* como un modelo teórico estandarizado reconocible. Este dato nos sitúa, tal y como se refería en la introducción, en una etapa de madurez teórica en la que la noción de *framing* ha sido incorporada, con estatuto e identidad propia, al catálogo de teorías de la comunicación. Es decir, los datos permiten afirmar que en la actualidad el concepto de *framing* es, en los artículos publicados en *Journal of Communication*, mayoritariamente reconocido como marco teórico propio para el ámbito disciplinar de la comunicación, y no simplemente como un efecto o proceso comunicativo (dependiente o no de otras teorías de la comunicación), o como mera expresión habitual de la jerga científica.

Más en detalle, conforme al segundo nivel de análisis de los usos de la teoría, destacamos que dentro de ese mayoritario reconocimiento del *framing* como teoría estándar, es también mayoritaria la relación de casos que hacen uso de ella como teoría exclusiva del marco teórico de investigación. Así, un 32% del total de casos analizados responden a este uso exclusivo de la teoría para el que el concepto de *framing* agota el marco teórico. Frente a estos casos se sitúan los usos de la teoría en los que la noción de

*framing* conforma el marco teórico junto con otras teorías o conceptos solidarios, mayoritariamente en referencia a otras teorías de rango intermedio como *agenda-setting theory*, *indexing theory* y *cascade activation model*. En estos casos de uso combinado debemos distinguir, aunque en igual proporción, por una parte un 14% del total de casos en los que la noción de *framing* aparece como elemento teórico-conceptual dominante (otras teorías o conceptos desempeñan un rol secundario en la configuración del marco teórico), y por otra parte otro 14% del total de casos en los que la noción de *framing* sirve de complemento teórico subsidiario respecto a otras teorías, es decir, donde el *framing* aparece como teoría subsidiaria. Por último, aunque como uso de la teoría con menor representación, cabe mencionar también el 4% de casos en los que se reconoce el uso del *framing* como teoría, pero de un modo genérico y puramente procedimental, sin realizar definiciones completas, revisión de literatura detallada o discusión conceptual exhaustiva).

Los datos consignados nos permiten sostener que la teoría del *framing* es de manera mayoritaria reconocida en los textos de *Journal of Communication* como teoría de la comunicación con identidad y estatuto propio, es decir, como algo más que un mero proceso comunicativo o expresión propia de la jerga académica; y que, dentro de esa operacionalización teórica, los usos más habituales son bien como marco teórico exclusivo, bien como marco teórico compuesto junto con otras teorías solidarias, repartiéndose de manera equitativa los casos en los que la noción de *framing* juega un papel principal y un papel secundario en este proceso combinado de construcción teórica. Sin embargo, frente a este uso de la teoría del *framing* que revela su identidad propia, debe prestarse atención al 32% de casos en los que la noción de *framing* no es empleada como teoría estándar.

#### 4. Conclusiones y discusión

Según proponíamos en nuestros objetivos, la propuesta general de nuestra investigación ha sido el análisis de los artículos que hacen uso de la noción de *framing* publicados en *Journal of Communication* durante el periodo 2009-2013. La aportación procurada ha sido, pues, la de una observación sistemática de los procesos de operacionalización de un concepto destacado para la investigación comunicativa actual en las investigaciones publicadas en una revista de referencia. Por ello, los resultados ofrecidos deben interpretarse en este sentido: desde la significatividad del objeto de estudio, pero sin pretensión alguna de representatividad del total de la investigación internacional ni voluntad de comparación con la evolución y desarrollo operativo de la noción de *framing*. De este modo en futuras investigaciones podremos incorporar un enfoque longitudinal que nos permita un análisis dinámico para comprobar su evolución en el tiempo y posibles tendencias futuras, así como la ampliación de nuestro objeto de estudio a un número mayor y más diverso de revistas.

En cualquier caso, aun asumiendo esos límites de investigación marcados desde el comienzo, a partir de los resultados previamente referidos, podemos al menos concluir, de manera general, que en la actualidad el concepto de *framing* despierta en las investigaciones publicadas en *Journal of Communication* un importante interés y consenso en la comunidad internacional de investigadores de la comunicación, al menos para uno de los canales preferentes tanto en la difusión de conocimiento científico como en la delimitación y ordenación del campo disciplinar de la comunicación durante los últimos treinta años, en términos académicos e institucionales. Recordemos aquí de nuevo el rol de *Journal of Communication* como una de las publicaciones de cabecera de la *International Communication Association*.

Más concretamente, podemos advertir cierta uniformidad en los objetos de estudio investigados mediante el concepto de *framing*, especialmente en relación a aquellos objetos considerados “clásicos”: los procesos de cobertura informativa sobre hechos de actualidad (políticos y no políticos) y el protagonismo de la noticia como objeto de estudio primario,

tema con mayor presencia en nuestros resultados, representan una importante continuidad respecto a temas de investigación de larga tradición en la disciplina de la comunicación. Todo ello con la incorporación, parcial pero suficientemente relevante como para tener en consideración en futuras investigaciones, de las transformaciones en estos objetos clásicos que supone la irrupción de lo digital, aunque desde un planteamiento investigador poco problemático; es decir, sin poder evidenciar que la investigación de la noticia y de los procesos informativos desde el *framing* se cuestionen los enfoques habituales y decidan abiertamente entrar en debates propios de la profesión periodística: periodismo 2.0, periodismo ciudadano, crisis de la profesión periodística.

A nivel de temas de investigación cabe destacar el también el protagonismo, aunque algo menor, de la recepción y otros fenómenos relacionados: persuasión en los medios, exposición selectiva, interpretación de contenidos. Esta relevancia se agudiza con la incorporación de un objeto de estudio emergente como la comunicación sanitaria que, investigada desde el *framing* como marco teórico, queda centrada en los efectos de la comunicación periodística y mediática en la percepción individual de riesgos sanitarios y campañas de prevención de enfermedades como el cáncer y la obesidad. Debemos evidenciar, a este respecto, la importancia del enfoque individual como perspectiva relativamente novedosa en estos estudios de recepción (recepción individual). En comparación con este aspecto individual, la investigación en *framing* desde la perspectiva del grupo social –determinante en las primeras etapas, en las que destacaba un enfoque interpretativista vinculado al interaccionismo simbólico– tiene una escasa presencia en nuestros resultados. Así, los elementos de contexto en los procesos de recepción (sociedad, cultura, formas de vida, culturas profesionales del periodismo, globalización, cambio político) están prácticamente ausentes en nuestra muestra, pudiendo destacar sólo un caso de investigación de periodismo comparado.

Respecto a los procesos de operacionalización teórico-metodológica, destacamos también un importante margen de estandarización de la investigación en *framing* publicada en *Journal of Communication* en esta fase de madurez. Queda reflejado en su mayoritario reconocimiento como teoría estándar con estatuto e identidad propia, y en el también mayoritario carácter empírico de tipo cuantitativo y experimental, con alto nivel de complejidad analítica, en la que se incorporan análisis estadísticos y, de manera importante, recursos y herramientas digitales en las técnicas de investigación: experimentos, cuestionario *on-line*, encuestas en internet, sondeo digital. Con ello, podemos concluir que la investigación sobre *framing* publicada en una de las principales revistas de referencia puede ser definida en la actualidad como un programa empírico cuantitativo y experimental, analíticamente sofisticado, y claramente delimitado a nivel teórico.

Como detalle de estas observaciones, nuestro trabajo nos permite obtener una completa radiografía sobre la investigación en *framing* realizada en un periodo de producción empírica, mediante la cual destacan los principales procesos de operacionalización –a nivel teórico, metodológico y de objeto de estudio– llevados a cabo en *Journal of Communication* durante el periodo analizado (Figura 7). Si atendemos a la combinación de las tres variables incluidas como parte de la operacionalización de la noción del *framing*, destacamos como perfil mayoritario los casos de investigación en periodismo y cobertura informativa. Más concretamente, con una presencia del 18% sobre el total de artículos analizados, todos los casos observados sobre periodismo y cobertura informativa han sido realizados mediante análisis de contenido y a través de un reconocimiento del *framing* como teoría estándar, de tal modo que estos casos constituyen el perfil mayoritario de investigación en *framing* en la combinación de los niveles de operacionalización. Respecto a las investigaciones en información y comunicación política, los resultados señalan también un mayoritario uso de *framing* como teoría estándar, siendo las principales técnicas el análisis de contenido y las encuestas y cuestionarios. La investigación en

consumo de medios y recepción destaca especialmente por su carácter experimental (con un 10% respecto al total de artículos analizados), aunque con algo mayor de dispersión en los usos teóricos, mientras que la investigación en comunicación sanitaria (el objeto de estudio “menos” clásico en investigación sobre *framing*) revela una mayor dispersión tanto teórica como metodológica.

**Figura 7.** Operacionalización de la noción de *framing*. *Journal of Communication* 2009-2013.

Objetos de investigación	Uso de <i>framing</i> como teoría estándar	Principal técnica de investigación				Total
		Encuestas y cuestionarios	Análisis de contenido	Experimento	Otras	
PERIODISMO Y COBERTURA INFORMATIVA	No	0%	0%	0%	0%	0%
	Sí	2%	18%	4%	4%	28%
	Total	2%	18%	4%	4%	28%
INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN POLÍTICA	No	2%	0%	0%	8%	10%
	Sí	6%	8%	0%	2%	16%
	Total	8%	8%	0%	10%	26%
CONSUMO DE MEDIOS Y RECEPCIÓN	No	0%	0%	4%	0%	4%
	Sí	0%	2%	6%	4%	12%
	Total	0%	2%	10%	4%	16%
COMUNICACIÓN SANITARIA	No	4%	0%	2%	2%	8%
	Sí	0%	0%	4%	4%	8%
	Total	4%	0%	6%	6%	16%
OTROS	No	4%	0%	0%	6%	10%
	Sí	0%	2%	2%	0%	4%
	Total	4%	2%	2%	6%	14%

Fuente: elaboración propia.

Con ello, y a modo de reflexión final, nuestro estudio nos permite apuntar hacia un contexto de amplia cohesión del campo disciplinar en la investigación en *framing*, que se manifiesta especialmente en tres aspectos: (i) su uso general como teoría estándar, (ii) la centralidad del análisis de contenido para el estudio de información, noticia, cobertura informativa, y (iii) la centralidad de técnicas experimentales para la investigación de procesos de persuasión, recepción y efectos mediáticos (a corto y medio plazo). Estos perfiles mayoritarios en los procesos de operacionalización de la noción de *framing* nos remitiría a la originaria doble perspectiva de la investigación en *framing* iniciada en los años setenta: la perspectiva psicológica, por una parte, aunque privilegiando, en la actualidad, un enfoque individual frente al enfoque tradicional de la psicología social; y la perspectiva sociológica, por otra parte (en nuestro caso, sociología del periodismo en términos generales: información y comunicación política, opinión política, profesionalización del periodismo).

De tal modo, la fragmentación teórica, alta aplicabilidad y diversidad metodológica –e incluso multiparadigmática– esperada de la investigación en *framing* a la luz de las descripciones desarrolladas en investigaciones anteriores (Entman, 1993; Scheufele, 1999; Reese, 2001 y 2007; Reese, Gandy & Grant, 2001; Amadeo, 2002 ; D’Angelo, 2002; Koenig, 2006; Scheufele & Tewksbury, 2007), contrastaría con los hallazgos encontrados para las investigaciones publicadas en *Journal of Communication* en esta fase producción empírica: cierto conservadurismo en los objetos y temas investigados, una propuesta casi unidireccional en el desarrollo metodológico, y cierta modestia en los diseños muestrales,

poco ambiciosos y sin pretensión de representatividad en la mayoría de los casos analizados y descritos en nuestros resultados. Nuestras observaciones acerca de la importante cohesión y estandarización en la investigación sobre *framing* parecería evidenciar de este modo una nueva etapa de *normalización* científica en las publicaciones del entorno de la ICA, caracterizada por haber superado el debate teórico de etapas precedentes y canalizado la dispersión o fractura metodológica hacia un mayoritario programa empírico unívoco a nivel teórico, de tipo cuantitativo y experimental, basado en el avance de conocimiento unidireccional mediante replicación metodológica, acumulación y comparación de resultados con pretensión de objetividad y generalización.

## Referencias

- Amadeo, B. (2002). La teoría del Framing. Los medios de comunicación y la transmisión de significados. *Revista de Comunicación*(1), 6-32.
- Bateson, G. (1955). A theory of play and fantasy. *Psychiatric research reports*(2): 39-51.
- Bateson, G. (1972). A theory of play and fantasy. In *Steps to an ecology of mind: Collected essays in anthropology, psychiatry, evolution, and epistemology* (pp. 177-193). New York: Ballantine.
- Borah, P. (2011). Conceptual issues in framing theory: A systematic examination of a decade's literature. *Journal of communication* 61(2), 246-263.
- Bryant, J., & Miron, D. (2004). Theory and research in mass communication. *Journal of communication* 54(4), 662-704.
- Carrasco-Campos, A. & Saperas, E. (2013). Las teorías de la comunicación hoy: contexto histórico, cambios tecnológicos y nuevo estatuto epistemológico de la investigación comunicativa. In M. Pacheco, M. Vicente-Mariño & T. González-Hortigüela (Eds.), *Investigar la Comunicación hoy. Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas: Simposio Internacional sobre Política Científica en Comunicación* (pp. 959-970). Segovia: Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación (UVA Segovia).
- Carrasco-Campos, A. & Saperas, E. (2014a). Debate, confrontación y hegemonía en la disciplina de la comunicación. Nuevos tiempos para un paradigma dominante. *Redes.com. Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación* 10, 145-158.
- Carrasco-Campos, A. & Saperas, E. (2014b). Tendencias internacionales de la investigación en comunicación actual: modalidades de investigación, objetos de estudio y usos de la teoría en los *papers* de *Journal of Communication* (2008-2013). In AE-IC (Ed.), *Espacios de comunicación: IV Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigación en Comunicación* (pp. 1712-1720). Bilbao: Asociación Española de Investigación de la Comunicación.
- Castillo-Esparcia, A. (2011). El rol de las publicaciones científicas en Comunicación en el EEES: indexación e impacto. *Revista internacional de relaciones públicas* 1(1), 135-154.



- Craig, R.T. (1999). Communication theory as a field. *Communication theory* 9(2), 119-161.
- D'Angelo, P. (2002). News framing as a multiparadigmatic research program: A response to Entman. *Journal of communication* 52(4), 870-888.
- De-Pablos, J.M. (2010). Análisis de las revistas españolas de comunicación, tras la actualización del índice de impacto de 2009 (octubre de 2010). In *II Congreso Internacional Latino de Comunicación Social*. La Laguna: SLCS.
- Edelman, M. (1993). Contestable categories and public opinion. *Political communication* 10(3), 231-242.
- Entman, R.M. (1991). Framing US 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.
- Gamson, W.A. (1992). *Talking politics*. New York: Cambridge University Press.
- Gamson, W.A., & Modigliani, A. (1989). Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach. *American journal of sociology* 95(1), 1-37.
- Gitlin, T. (1980). *The whole world is watching*. Berkeley: University of California Press.
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Igartua, J.J. & Humanes, M.L. (2004). *Teoría e investigación en comunicación social*. Madrid: Síntesis.
- Igartua, J.J. et al. (2007). Efectos cognitivos y afectivos de los encuadres noticiosos de la inmigración. V *Jornadas de Comunicación: Medios de comunicación, inmigración y sociedad*. Universidad de Salamanca.
- Iyengar, S. & Kinder, D.R. (1987). *News that matters*. Chicago: University of Chicago Press.
- Koenig, T. (2006). Compounding mixed-methods problems in frame analysis through comparative research. *Qualitative Research* 6(1), 61-76.
- López-Rabadán, P. (2010). Nuevas vías para el estudio del framing periodístico: la noción de estrategia de encuadre. *Estudios sobre el mensaje periodístico* 16, 235-258.
- López-Rabadán, P. & Vicente-Mariño, M. (2013). Propuesta de consolidación teórica y analítica para los estudios de *framing* en la investigación sobre comunicación política. In K. Sanders et al. (Eds). *Estudios sobre comunicación política*. Madrid: Tecnos.
- Martínez-Nicolás, M. & Saperas, E. (2011). La investigación sobre Comunicación en España (1998-2007): Análisis de los artículos publicados en revistas científicas. *Revista latina de comunicación social* 66, 5.
- Mattelart, A. & Mattelart, M. (1997). *Historia de las Teorías de la Comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Martín, J.A. & Zamora, R. (2014). Aproximación integradora en la investigación sobre la teoría del framing desde su condición multiparadigmática. *Disertaciones: Anuario electrónico de estudios en Comunicación Social* 7(1).
- McCombs, M., Shaw, D.L. & Weaver, D.H. (Eds.). (1997). *Communication and democracy: Exploring the intellectual frontiers in agenda-setting theory*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- McCombs, M., Llamas, J.P., López-Escobar, E. & Rey, F. (1997). Candidate images in Spanish elections: Second-level agenda-setting effects. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 74(4), 703-717.
- McCombs, M., & Ghanem, S. I. (2001). The convergence of agenda setting and framing. In S.D. Reese, O.H. Gandy Jr. & A.E. Grant (Eds.), *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world* (pp. 67-81). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- McCombs, M. & Reynolds, A. (2002). News influence on our pictures of the world. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), *Media Effects* (pp. 1-16). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.

- McQuail, D. (2005). *Mass communication theory*. London: Sage.
- Oller, M. (2014). The triangle formed by framing, agenda-setting and metacoverage. *Disertaciones: Anuario electrónico de estudios en Comunicación Social* 7(1).
- Pan, Z. & Kosicki, G.M. (1993). Framing analysis: An approach to news discourse. *Political communication* 10(1), 55-75.
- Reese, S.D. (2001). Framing public life. A bridging model for media research. In S. D. Reese, O.H. Gandy Jr. & A.E. Grant (Eds.). *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world* (pp. 7-31). Mahwah, NJ: Lawrence 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 Jr, O.H. & Grant, A.E. (Eds.). (2001). *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Sádaba, T. (2008). *Framing: el encuadre de las noticias: el binomio terrorismo-medios*. Buenos Aires: La Crujía.
- Sádaba, T., Rodríguez, J. & Bartolomé, M. (2012). Propuesta de sistematización de la teoría del framing para el estudio y praxis de la comunicación política. *Observatorio (OBS) Journal* 6(2), 109-126.
- Saperas, E. (2011). La investigación comunicativa: entre el canon teórico y la dispersión metodológica. In E. Saperas (Ed.). *Estudios de comunicación y medios* (pp. 19-58). Madrid: Dykinson.
- Saperas, E. (2013). *Comunicación mediática y sociedad: manual de teorías de la comunicación*. Madrid: OMM Campus.
- Saperas, E. & Carrasco-Campos, A. (2014). La presencia de los *journalism studies* en los *papers* de *Journal of Communication* (2011-2012). In *XX Congreso Internacional de la Sociedad Española de Periodística*. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra.
- Scheufele, D.A. (1999). Framing as a theory of media effects. *Journal of communication* 49(1), 103-122.
- Scheufele, D.A. & Iyengar, S. (2012). The state of framing research: A call for new directions. In K. Kensi, & K.H. Jamieson (Eds.). *The Oxford Handbook of Political Communication Theories*. New York: Oxford University Press.
- Scheufele, D.A. & 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. & Valkenburg, P.M. (2000). Framing European politics: A content analysis of press and television news. *Journal of communication* 50(2), 93-109.
- Shoemaker, P., & Reese, S.D. (1991). *Mediating the message. Theories of influences on mass media*. New York: Longman.
- Tuchman, G. (1978). *Making news*. New York: Free Press.
- Valkenburg, P.M., Semetko, H.A. & de Vreese, C.H. (1999). The effects of news frames on readers' thoughts and recall. *Communication research* 26(5), 550-569.
- Vicente-Mariño, M. & López Rabadán, P. (2009). Resultados actuales de la investigación sobre framing: sólido avance internacional y arranque de la especialidad en España. *Zer* 14, 13-34.
- Weaver, D.H. (2007). Thoughts on agenda setting, framing, and priming. *Journal of communication* 57(1), 142-147.