

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

Ballesteros, C. (2014). El enmarcado informativo del cannabis: un estudio cuantitativo exploratorio desde la teoría del *framing*. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social*

"Disertaciones", 7 (1), Artículo 3. Disponible en la siguiente dirección electrónica:

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones/>

EL ENMARCADO INFORMATIVO DEL CANNABIS: UN ESTUDIO CUANTITATIVO EXPLORATORIO DESDE LA TEORÍA DEL FRAMING

News framing of cannabis: A quantitative exploratory study from the framing theory

BALLESTEROS HERENCIA, Carlos A. Universidad de Valladolid (España)
chballesteros@hmca.uva.es

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

RESUMEN

El tratamiento informativo del cannabis, droga de comercio restringido más consumida en el mundo, ha generado en los últimos tiempos un debate sobre sus repercusiones, que viene a sumarse a las ya tradicionales críticas sobre la representación mediática de las drogas. Sin embargo, la información sobre el cannabis sigue sin apenas investigarse, y el único informe sobre el cannabis elaborado en España desde instancias oficiales ha abordado su vertiente informativa sin contar con profesionales de las Ciencias de la Información. Para contribuir a superar esta situación, se realizó un estudio cuantitativo exploratorio sobre las informaciones aparecidas en la prensa española durante un período representativo de intensa atención institucional y debate social, en la línea de otras investigaciones internacionales sobre este objeto de estudio, que sirviera como base para posteriores investigaciones. Se partió de los fundamentos teóricos del *framing* o enmarcado informativo, para analizar el uso de marcos descritos por anteriores investigaciones, y describir el producto resultante de las rutinas informativas de los periodistas. La información sobre cannabis así analizada consistió en la descripción concisa, de escasa relevancia formal y sin contextualizar de un conflicto, habitualmente un delito, del que son responsables los individuos y que corresponde a las instituciones resolver.

Palabras clave: Teoría del *framing*, marcos informativos, encuadres noticiosos, cannabis, fuentes informativas.

Recibido: 2013-08-10

Aceptado: 2014-03-13

ABSTRACT

The journalistic coverage of cannabis, the most used drug of restricted trade in the world, has stimulated a debate about its effects. However, there is a lack of research about the media information on cannabis, and the only official report published in Spain about this matter is not written by journalism experts. In order to contribute to overcome this state, an exploratory content analysis was carried out, adopting the framing theory as a basis. Previous framing researches were applied to describe the output of the journalistic routines. The information about cannabis was brief, of low importance, and did not describe the context of the facts, usually a conflict that becomes a crime, where the individuals are responsible and institutions have to solve it.

Key words: News frames, framing, cannabis, news sources.

Submission date: 2013-08-10

Acceptance date: 2014-03-13

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

1. Introducción

El consumo de drogas, de uso médico, alimentario, recreativo o ritual, es uno de los grandes fenómenos actuales por su carácter universal y repercusión en todos los ámbitos: social, económico, educativo, sanitario, etc. Entre estas, el cannabis es la droga de comercio restringido de mayor uso en el mundo, con un consumo creciente en las últimas décadas, alrededor del cual se ha generado una industria legal compuesta por bancos de semillas, empresas de productos para el cultivo (abonos, fitosanitarios, sustratos, sistemas de riego e iluminación,...), productos para el consumo (papel del liar, boquillas, vaporizadores, *grinders*,...), prensa especializada, etc. Esta atracción de las nuevas generaciones hacia el cannabis ha despertado, en ciertos períodos, la preocupación de diversas instituciones oficiales tanto en España como en la Unión Europea, aunque esta atención no se ha materializado en actuaciones relevantes ni en cambios de legislación.

El papel que pueda jugar el tratamiento informativo de las drogas en los medios de comunicación es materia habitual de debate. Así, la Estrategia Nacional sobre Drogas 2009-2016 señala, en primer lugar y entre otros, la necesidad de “destacar fundamentalmente el protagonismo de los medios de comunicación”, cuyo papel en la sociedad actual “es clave a la hora de contribuir a la creación de estados de opinión” (PNSD, 2009, p.66), por lo que recomienda el “trabajo conjunto entre los responsables del Plan Nacional sobre Drogas y los profesionales de los medios de comunicación para consensuar una serie de recomendaciones sobre el abordaje informativo de los temas relacionados sobre drogas”. Igualmente, el Plan Nacional sobre Drogas aconseja mantener “acciones informativas a largo plazo, canalizadas a través de los medios de comunicación social, basadas en la evidencia científica” (PNSD, 2009, p. 61).

Además, dicha Estrategia incluye entre sus “principios rectores” la “participación social” y la “implicación activa de los grupos sociales que se hallan en situaciones de mayor vulnerabilidad” (PNSD, 2009, p. 45), a la vez que aconseja promover “la implicación de la ciudadanía” (PNSD, 2009, p. 61). Según el denominado *Informe MacBride*, para que los individuos puedan desempeñar un papel de ciudadanos responsables en la sociedad es preciso que estén adecuadamente informados, cuestión en duda; incluso gobiernos y organismos públicos y privados podrían estar también mal informados (MacBride, 1988, pp. 272). Este informe hace hincapié en la necesidad de que los acontecimientos y los temas se sitúen en un contexto más amplio, que englobe también los procesos y que permita percibir el problema, cuestión que nos planteamos conocer en esta investigación para el caso concreto de las informaciones sobre cannabis

Paradójicamente, el desarrollo de la denominada *sociedad de la información* podría estar dificultando esta contextualización de la información sobre drogas. La

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

sociedad occidental actual se caracteriza por la enorme cantidad de información disponible, como consecuencia del desarrollo e implantación generalizada de las nuevas tecnologías. Es esta una circunstancia crucial que hay que hacer notar desde el principio, ya que la mayor parte de la bibliografía editada sobre prensa y drogas se refiere a un contexto informativo mucho más limitado, en el que todavía no existía Internet, a veces ni siquiera la televisión, o bien, no con la actual profusión de canales vía satélite, cable y digital.

Ya Abraham Moles, en un entorno mediático mucho más limitado, hacía notar que “las personas disponen de muchos más instrumentos y contenidos de comunicación de los que jamás llegarán a poder utilizar” (Moles, 1986, p. 151). Este tipo de inflación de los contactos comunicativos, o “informativo-comunicacionales”, disponibles tendría como contrapartida una reducción del valor personal y social de cada uno de ellos. De este modo el individuo estaría “formalmente hiperconectado con todo el entorno próximo y lejano” y al mismo tiempo mucho más aislado “al carecer de significación y profundidad cualquiera de sus posibles conexiones ante la frenética sustitución de unas por otras” (Dader, 1992, pp. 45).

Este exceso de información también podría estar influyendo en la información sobre drogas, como señala Vega (1996): “tras la inflación informativa sobre las drogas se oculta una visión simplista del problema donde se resalta la responsabilidad individual y la intervención del aparato represivo” (p.117). También Froján (1993) cree que la ampliación de la información disponible va acompañada de una simplificación, que termina por transmitir una serie de tópicos y estereotipos, con lo que los medios presentan “modelos simplificados de la realidad social” (p. 19).

De este modo, la información sobre drogas en la prensa ha suscitado todo un repertorio de críticas (García et al., 1987; Froján, 1993; Martínez, 2000; Rekalde y Romaní, 2002; Martínez et al., 2000), en torno a tres grandes pilares: 1. No se contrastan las informaciones sobre drogas; 2. Se realiza una confusa descripción de la naturaleza de las drogas y del fenómeno social que las rodea; y 3. se podría estar produciendo un tratamiento informativo contrapreventivo, esto es, inductor del consumo, el delito y la alarma social. En el caso concreto de la información sobre cannabis se ha detectado que la prensa española mayoritariamente no contrasta las informaciones sobre cannabis, siendo las fuentes más empleadas de tipo institucional y oficial, en su mayor parte Cuerpos de Seguridad del Estado y la Justicia (Ballesteros, 2012, pp.408-409). En cambio, las fuentes menos utilizadas son los sujetos implicados en el consumo y cultivo de cannabis (consumidores y sector procannabis). Según esta investigación (Ballesteros, 2012, p.410), el repertorio de temas empleados por la prensa española para informar sobre el cannabis está encabezado como principal hecho noticioso por los actos de

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

represión protagonizados por la policía y otros actores (44%), seguido por los actos de consumo protagonizados por los consumidores (24%). Ningún otro tema (educación, política, sanidad, etc.) alcanza el 8%. Finalmente, la información así tratada presentaría un reparto fijo de papeles (*fixed role casting*), en el que cada actor realizaría casi siempre una misma acción, que resultaría favorable a determinadas fuentes (policía, jueces, políticos) y desfavorable a otras (consumidores y traficantes).

En el ámbito internacional, la representación mediática del cannabis también ha despertado el interés de los investigadores, especialmente en momentos de debate sobre cambios legales alrededor de esta sustancia. Así, Haines-Saah et al. (2013) afirman que la cobertura mediática de la cuestión de la marihuana es “un importante componente del discurso nacional sobre el uso de drogas” (p. 2), describiendo cómo la cobertura de la marihuana por parte de los periódicos norteamericanos “ha sido generalmente presentada por su condición de sustancia ilícita y por patrones informativos establecidos de comportamiento delictivo” (Bright et al., 2008; Young, 2005, cit. en Haines-Saah, 2013). Según estos autores, los debates políticos sobre la marihuana “son simplificados como una falsa dicotomía entre la legalización de una sustancia inocua y la criminalización de una droga perjudicial” (Haines-Saah, 2013, p. 12).

Una visión más positiva sobre el discurso de los medios durante una reforma legal del cannabis es descrita por Lenton (2004), para el caso de Australia, ya que “a pesar del deseo predominante por controversia, a lo largo de todo el proceso la mayor parte de la cobertura en prensa fue equilibrada y bien informada” (p. 231). Esta situación fue posible en parte gracias a las “detalladas sesiones informativas sobre el trasfondo de las reformas” (Lenton, 2004) dirigidas a los periodistas, así como a la autopercepción de los grandes medios, que se consideraban a sí mismos “como poseedores de un papel clave en informar al público sobre los argumentos de ambos lados del debate para la reforma del cannabis” (Lenton, 2004).

El discurso mediático del Gobierno británico en el período 2004-2005, en que se abordó una reforma de las leyes, o “reclasificación”, sobre el cannabis ha sido estudiado por Acevedo (2007), quien detectó un cambio en el modo de enfocar el tema durante el transcurso temporal del debate. Según este autor el debate se centró inicialmente, en 2004, en cómo la reforma ahorraría recursos públicos y evitaría la criminalización de ciudadanos, que pese a ser consumidores de cannabis, cumplían las leyes. Además, si bien se comenzó describiendo usos no problemáticos del cannabis por parte de individuos responsables de su consumo, un año más tarde el debate se centraba en los efectos del cannabis sobre la salud mental y la criminalidad, mientras que la responsabilidad personal era transferida a los médicos, policía y otras autoridades (Acevedo, 2007). Este autor detecta como protagonistas de los mensajes mediáticos a los políticos, policía, instituciones,

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

expertos médicos, familiares, y sólo en una proporción muy limitada a los usuarios, especialmente por razones médicas.

El creciente consumo de cannabis y la generación de una industria legal y de una cultura a su alrededor, también ha suscitado en España, en determinados momentos, la reacción de ciertas instancias oficiales en demanda de medidas cautelares y reformas legales (GEC, 2004), que no han cristalizado en acciones concretas. La representación mediática del fenómeno social del cannabis apenas ha sido investigada, y en ocasiones su evaluación se ha realizado desde ámbitos científicos ajenos a las Ciencias de la Comunicación, por ejemplo, en el “Informe sobre el cannabis 2004. Análisis de situación y propuestas de actuación” (GEC, 2004), encargado por el Ministerio del Interior y firmado por un *grupo de expertos* entre los que figuran psicólogos clínicos, farmacólogos, bioquímicos, fiscales antidroga o juristas, pero ningún especialista en Comunicación. Existe por tanto una necesidad de investigar el tratamiento informativo del cannabis, desde el ámbito que le es propio, el de las Ciencias de la Información. Para sentar las bases de esta línea de investigación corresponde emplear un instrumental teórico y metodológico pertinente y actualizado, con el que analizar un objeto informativo de estudio en evolución paralela a la continua transformación social y tecnológica.

2. Una aplicación de la teoría del *framing* o *enmarcado* al estudio de la prensa escrita

El concepto de *marco* o *frame*, aplicado a los procesos cognitivos se remonta al antropólogo, sociólogo y lingüista británico Gregory Bateson, y al sociólogo canadiense Erving Goffman. La definición de este concepto alcanza su expresión más teóricamente elaborada en la obra de Goffman “*Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience*” (1974), donde señala que “la definición de una situación (...) se construye de acuerdo con los principios de organización que gobiernan los hechos -al menos los sociales- y nuestra implicación subjetiva en ellos” (Goffman, 1974, p. 10). Para referirse a este concepto de *frame* el propio Goffman emplea diferentes términos, como los de “definición de la situación” (1974, p. 1), “perspectiva” (1974, p. 8), “punto de vista” (1974, p. 8) o “foco” (1974, p. 8).

Entman (1993) ofrece la definición quizás más extendida de marco, aunque algo ya modificada respecto al planteamiento inicial de Goffman: “Enmarcar (*to frame*) es seleccionar algunos aspectos de una realidad percibida y hacerlos más destacados en un texto comunicativo, de tal forma que promueva una definición particular del problema, una interpretación de las causas, una evaluación moral, y/o una recomendación de tratamiento para el asunto descrito” (p. 52).

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

Llevándolo a su terreno, McCombs et al. (2000), definen enmarcar, “en términos del segundo nivel de la *agenda-setting*”, como “asignar atributos definitorios a un objeto, o definir una agenda de atributos que caracterizan los principales rasgos definitorios de un objeto” (p. 79). Como previamente afirmaba Dader (1990) el efecto de la canalización periodística

llega mucho más lejos y con consecuencias sociales muchas más profundas que la mera disyuntiva entre unos temas destacados u otros. Porque afecta no sólo a que nos fijemos en unos asuntos, sino a que veamos cada vez más limitadas nuestras capacidades cognitivas o perceptivas para ocuparnos de cualquier asunto que no encaje en las estructuras de percepción que habitualmente nos son fomentadas desde el rutinario cuadro cotidiano de la visión periodística del mundo. (Dader, 1990, p. 98)

Por su parte, el equipo de investigación del Observatorio de Contenidos Audiovisuales de la Universidad de Salamanca (OCA-USAL), propone una definición de *frame*, que resume la evolución teórica de este concepto a la vez que ofrece una operativa metodológica:

Un encuadre noticioso remite al ángulo, enfoque, perspectiva o tratamiento de una información que se manifiesta en la elección, énfasis o importancia atribuida a diferentes elementos y, en particular, en la forma cómo covarían dichos elementos más o menos enfatizados en un texto. Mediante el análisis de la covariación o correlación entre el énfasis o importancia atribuida a cada elemento en los textos informativos es posible extraer los encuadres noticiosos como índices que permiten calificar o cualificar un mensaje individual o un sistema de mensajes (un conjunto o una muestra amplia de noticias). De este modo, en una misma noticia es posible identificar más de un encuadre, aunque uno de ellos resulte dominante. Por tanto, las palabras y expresiones clave relacionadas con los lugares geográficos, espacios físicos y temporales, actores protagonistas y acciones realizadas por / sobre ellos, atributos asociados al objeto de estudio son indicadores manifiestos a partir de los cuales se puede reconstruir la estructura latente y las dimensiones subyacentes del tratamiento informativo. (Igartua, Muñiz & Cheng, 2005, p. 158)

En la definición de Entman (1993) ya se diferencia entre una localización de los marcos en el ámbito cognitivo de la percepción (“realidad percibida”) y en el ámbito material del “texto comunicativo”, lo que supone entender el enmarcado como un proceso que opera en diferentes niveles. En esta línea, Scheufele (1999) describe el enmarcado como “un proceso continuo donde los resultados de ciertos procesos sirven como entradas (inputs) para procesos posteriores” (p. 114). Así,

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

las presiones organizativas o las ideologías serían entradas dentro del campo mediático que darían lugar, mediante el proceso de construcción de los marcos (*frame building*) a los marcos mediáticos. A continuación, mediante el proceso de establecimiento de los marcos (*frame setting*), estos marcos mediáticos influirían sobre los marcos de la audiencia, que una vez procesados a nivel individual, producirían como efecto la atribución de responsabilidad, actitudes, comportamientos, etc. que, cerrando y a la vez reiniciando el proceso comunicativo, generarían las ideologías y las presiones organizativas.

De este modo Scheufele (1999) marca una diferencia entre marcos de los medios y marcos de los individuos. Gamson & Modigliani (1987, citados en Scheufele, 1999) definen marco mediático como “una idea organizativa central o ‘*story line*’ que proporciona significado a una sucesión de hechos... El marco sugiere en qué consiste la controversia, la esencia del asunto” (p. 106). Además, los marcos mediáticos servirían de guía según diversos autores, ya que funcionarían como rutinas de trabajo para los periodistas, permitiéndoles identificar y clasificar rápidamente la información y “empaquetarla para una transmisión eficiente a sus audiencias” (Gitlin, 1980, p. 7). Así, Gamson (1989) y Pan & Kosicki (1993) comparten que los marcos informativos son una de las características más importantes de una noticia tanto “porque provee una plantilla que guía a los periodistas para recopilar los hechos, citas y otros elementos de la historia en una noticia, como para orientar interpretaciones de la audiencia”. También Neuman et al. (1992), indican que los marcos informativos son “herramientas conceptuales en las que se basan los medios y los individuos para transmitir, interpretar y evaluar información” (p. 60). La importancia de elegir un marco u otro pasaría porque el tipo de marco que empleamos “proporciona una forma de describir el hecho al que se le aplica” (Goffman, 1974, p. 24).

Por otro lado, Entman (1993) define los marcos de los individuos como “grupos mentales de ideas que guían los procesos individuales de información” (p. 53). Lakoff (2007) se refiere a este proceso al afirmar que los marcos son “estructuras mentales que conforman nuestro modo de ver el mundo”, mientras que el enmarcado tendría que ver “con elegir el lenguaje que encaja en tu visión del mundo”, de modo que conoceríamos los marcos “a través del lenguaje” (p. 17).

La traducción al castellano de *frame* como *marco*, por la que se ha optado en esta investigación, está en la línea de lo referido por Tankard (2001, cit. Muñoz et al. 2008, p. 33), quien asocia “*news frames*” con “el marco de un fotografía o pintura” (*picture frame*), puesto que ambos aíslan cierto material y ayudan a centrar la atención sobre el objetivo representado, de tal modo que el marco aísla o selecciona cierto material y centra la atención sobre el objeto representado, al enfatizar ciertos aspectos y excluir otros posibles.

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

La teoría del *framing* o enmarcado se ha convertido en una de las principales bases teóricas de la investigación en comunicación. Así, la revisión llevada a cabo por Weaver (2007) para el periodo 2001-2005 enumera 165 investigaciones sobre *framing*, frente a 43 sobre *agenda-setting* y 25 sobre *priming*.

En España resalta la labor investigadora basada en la teoría del *framing*, realizada por la Universidad de Navarra, la pública de Salamanca y las de Madrid, si bien "la comunidad científica que maneja los principios teóricos y prácticos del *framing* sigue siendo limitada" debido a la inexistencia de grandes equipos de investigación, la carencia de coordinación entre centros o a la escasa tradición investigadora en el campo de la comunicación, "volcado hacia una formación de corte profesionalizador" (Vicente & López, 2009, pp. 27-29). Superando estos factores, la línea de investigación sobre la inmigración del grupo dirigido por Juan José Igartua es señalado por estos autores como "el más prolífico de la última década" (Vicente & López, 2009, p. 27).

Las investigaciones sobre los marcos informativos han adoptado dos enfoques diferenciados, conforme a Semetko & Valkenburg (2000): el inductivo y el deductivo. Siguiendo la definición de la RAE (1994) mediante el enfoque *inductivo* se asciende desde la investigación de los casos particulares (las noticias analizadas en cada muestra) hasta encontrar la ley o principio (el marco) que virtualmente los contiene o que se efectúa en todos ellos uniformemente. Según Semetko & Valkenburg (2000) este enfoque inductivo "supone analizar una historia informativa con una visión amplia para intentar revelar posibles marcos empleados, comenzando con las vagamente definidas preconcepciones de dichos marcos" (p. 94). Este enfoque tiene a su favor que permite detectar las muy distintas formas en que una cuestión puede ser enmarcada, pero en contra, este método supone un trabajo intenso, a menudo basado en muestras pequeñas y que puede resultar difícil de replicar en posteriores estudios.

Por otro lado, mediante el método *deductivo* descendemos "de lo universal a lo particular" (RAE, 1994, p. 670), esto es, partimos de unos marcos informativos ya predefinidos a las noticias en las que tratamos de encontrarlos. Para Semetko & Valkenburg (2000) el enfoque deductivo supone predefinir ciertos marcos como variables del análisis de contenido para verificar su alcance en las noticias. Este enfoque requiere "tener una idea clara de los tipos de marcos con probabilidad de encontrarse en las noticias, porque los marcos que no sean definidos previamente pueden ser pasados por alto" (Semetko & Valkenburg, 2000, p. 95).

Por el contrario, el método deductivo presenta entre sus ventajas que puede ser replicado fácilmente, puede emplearse para muestras amplias, y puede detectar diferencias de enmarcado entre medios (televisión vs prensa escrita), lo que lleva a estos autores a manifestar la necesidad de definir un "repertorio estándar de indicadores analíticos de contenido que pueda ser usado para medir fiablemente

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

la prevalencia de marcos comunes en las noticias” (ibid.:94) con el que estudiar la evolución de las noticias en el tiempo, así como las similitudes y diferencias en las formas en que la política y otros asuntos de importancia nacional e internacional son enmarcados en las noticias en diferentes países. De este modo, Semetko & Valkenburg (2000) desarrollaron un listado de cinco encuadres que podrían aparecer en cualquier noticia, independientemente del asunto informado (Muñiz, 2011), cuya adecuación al concreto estudio de objeto del cannabis deseábamos probar.

Entre los marcos empleados comúnmente en las noticias, que han sido identificados por las investigaciones del enfoque deductivo, Semetko & Valkenburg (2000) seleccionan y operan con los siguientes:

I. Marco del interés humano.

Según Neuman et al. (1992) se trata de un marco común en las noticias, ya que su empleo genera un producto que captura y retiene la audiencia, y se sitúa cerca del marco de conflicto. Para Semetko & Valkenburg (2000) este marco dota de un rostro humano o de un ángulo emocional a los hechos, cuestiones o problemas, siendo más empleado por la televisión que por la prensa escrita, y más por medios sensacionalistas que por medios más serios.

II. Marco del conflicto.

El marco de conflicto parte de la observación de que las noticias sobre política y economía a menudo son enmarcadas en términos de desacuerdo entre, por ejemplo, individuos o partidos políticos. Con esta forma de enmarcar las noticias, la controversia y los aspectos divergentes entre las partes en conflicto son enfatizados, constituyéndose en el marco más común usado por los medios según Neumann et al. (1992), o el segundo más utilizado en la prensa holandesa según Semetko & Valkenburg (2000), para quienes es más habitual en las publicaciones y programas serios. Su empleo reduce la complejidad del debate político a un simple conflicto.

El marco de conflicto nos parece especialmente pertinente a nuestro objeto de estudio, pues la investigación sobre las drogas en la prensa española, señala que las drogas son presentadas como un *problema*, un conflicto. Podemos presuponer, por tanto, que este marco podría estar siendo utilizado por la prensa española para referirse al cannabis, por lo que es nuestro empeño descubrir si realmente esto está sucediendo, y de qué manera.

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

III. Marco de las consecuencias económicas.

Por otro lado, fijarse en las consecuencias económicas de una cuestión sería una estrategia frecuentemente observada para *empaquetar* las noticias. “Los productores informativos usan el marco de las consecuencias para hacer una cuestión más relevante a su audiencia” (Graber, 1988, cit. De Vreese, 2004, p. 36). Enmarcar las noticias en términos de sus consecuencias económicas para la audiencia, permite trasladar los valores periodísticos de *proximidad* y *relevancia* a las noticias.

IV. Marco moral.

Este marco sitúa el hecho, problema o cuestión en el contexto de los principios religiosos o las prescripciones morales. Según Neumann et al. (1992) este marco es más común en las mentes de las audiencias que en el contenido de las noticias, lo que nos recuerda, como hemos señalado anteriormente, que la información no es un hecho estático, sino que forma parte de una corriente informativa, de un proceso comunicativo. Corresponde a la investigación sobre el proceso de enmarcado determinar la potencia real de las noticias para conformar los marcos de las audiencias, o dicho a la inversa, determinar la capacidad de las audiencias para resistir la influencia de los marcos informativos.

V. Marco de la responsabilidad.

Las investigaciones han afirmado que este marco podría vincular la atribución de la responsabilidad de las causas y de las soluciones a diferentes actores: al Gobierno, a los grupos, o a los individuos. Iyengar (1991) afirma que las noticias televisivas, al cubrir un asunto de modo “episódico” en vez de una forma más contextualizada, con un análisis histórico, a la que denomina “temática”, animan a la gente a buscar explicaciones individuales a problemas sociales. Sin embargo Semetko & Valkenburg (2000) encuentran que las noticias televisivas pueden ser al mismo tiempo “episódicas” y enmarcar al Gobierno, más que a los individuos, como responsable de los problemas sociales. Esta divergencia sería debido a “la importancia e influencia potencial de la cultura política y el contexto en el enmarcado informativo”, Semetko & Valkenburg (2000, p. 106) Si estos autores hallaron que los medios usan el marco de la responsabilidad para señalar al Gobierno, en vez de a los individuos como propone Iyengar (1991), sería debido a que la implantación de un fuerte Estado social del bienestar, hace que se espere que el Gobierno aporte soluciones a los problemas sociales. Estos resultados muestran, de nuevo, que los marcos informativos surgen de la interacción con los marcos de las audiencias, por lo que una misma estructura para tratar la

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

información (en este caso, el marco de la responsabilidad) puede desembocar en consecuencias diferentes (atribución de responsabilidad al Gobierno o a los individuos), según cuál sea el contexto social y político en que este marco se utiliza.

2.1 Preguntas de investigación

La presente investigación parte de un enfoque deductivo, para investigar los marcos mediáticos que operan en la información publicada sobre el cannabis en España. De este modo, tomando como fundamento de nuestra investigación la línea teórica descrita en el apartado anterior, nos planteamos contestar a las siguientes preguntas de investigación:

- I. ¿Cuál es la importancia que se presta a las informaciones sobre cannabis en la prensa española?
- II. ¿La información sobre el cannabis en la prensa española utiliza los marcos descritos por anteriores investigaciones para diferentes objetos de estudio, y en tal caso, con qué intensidad?
- II. ¿Existe relación entre la descripción del contexto en las noticias sobre cannabis y la atribución de responsabilidad al Gobierno o a los ciudadanos?

3. Método de investigación

3.1 Diseño y muestra

Con el objeto de contestar a estas preguntas de investigación se realizó un estudio cuantitativo, llevándose a cabo un análisis de contenido de una selección de informaciones publicadas por la prensa escrita. A partir de un conjunto de 197 diarios y revistas, se recopilaron aquellas informaciones, publicadas entre julio y diciembre de 2003 en los principales diarios y revistas españoles, que contuviesen las palabras "cannabis" o "marihuana" en cualquier parte de su redacción, resultando un corpus de 1.548 noticias. Sobre esta población de estudio se elaboró una muestra representativa formada por 257 informaciones publicadas en un total de 78 medios (Ver listado en anexo), mediante un muestreo aleatorio estratificado que seleccionó las informaciones publicadas en uno de los siete días de una semana-tipo de cada mes. A la citada muestra se le aplicó un análisis de tipo cuantitativo.

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

Se eligió el período mencionado circunscribiendo el estudio a un único país, España, porque representó un momento histórico de máxima preocupación hacia el cannabis desde las instancias oficiales. El Ministerio de Interior constituyó un grupo de expertos sobre el cannabis que, en el *Informe sobre el cánnabis 2004: Análisis de situación y propuestas de actuación* (GEC, 2004), propuso medidas multidisciplinares para atajar lo que se calificaba de *problema*. Tras esta fecha, y con el cambio de Gobierno tras las elecciones generales de marzo de 2004, esta prioritaria atención institucional hacia el cannabis se perdió, y con ella el debate político y social sobre la reforma de las leyes. Centrando el estudio en estas fechas y en un ámbito nacional concreto, se esperaba detectar el específico tratamiento mediático del cannabis en un momento caracterizado por una especial atención de las instituciones nacionales hacia este objeto de estudio. Dada la carencia de investigaciones sobre el tratamiento informativo del cannabis en España, se decidió investigar este período de gran interés mediático e institucional hacia esta sustancia como base de referencia para posteriores investigaciones. De un modo complementario, la presente investigación sobre el caso concreto de España viene a sumarse a la línea de investigaciones internacionales (p.e. Acevedo, 2007; Lenton, 2004; Haaines-Sah, 2013) sobre el tratamiento informativo del cannabis en momentos de debate político sobre la reforma de las leyes que afectan a esta sustancia.

3.2 Instrumento y codificación de la muestra

Para codificar cada una de las unidades de análisis, se elaboró un libro de códigos en el que se determinaron las variables que serían analizadas, en los siguientes apartados:

a. Datos de identificación (número de identificación, fecha de publicación, género, tipo de medio).

b. Aspectos formales (extensión, sección, índice de importancia). Se elaboró un índice de importancia, tomando como referentes los utilizados por Igartúa (2006) y Budd (1964 citado en Gutiérrez, 2001). Este índice describe la importancia de cada información como Mínima (0 puntos), Baja (1 punto), Media (2 puntos), Alta (3 puntos) o Máxima (4 puntos), como resultado de sumar uno o cero puntos según los cuatro subapartados siguientes: 1. Aparición en portada: Sí (1), No (0); 2. Página: Par (0), Impar (1); 3. Acompañamiento gráfico: Sí (1), No (0); y 4. Extensión: Igual o superior a media página (1), Inferior a media página (0).

c. Framing del acontecimiento narrado. Se utilizaron las categorías descritas por Semetko & Valkenburg (2000), adaptada al español por Igartúa et al. (2003), para detectar la presencia de los marcos: 1. atribución de responsabilidad; 2. interés humano; 3. conflicto; 4. moralidad; y 5. consecuencias económicas. La

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

intensidad de la presencia de cada uno de estos marcos se obtuvo como resultado de responder de modo positivo o negativo a diferentes afirmaciones (ver cuadros 5, 7, 10, 12 y 14), sumando 1 por cada sí y 0 por cada no, y hallando el porcentaje de respuestas positivas.

d. Contexto crítico del evento cubierto. Se trató de descubrir si las noticias sobre cannabis utilizaban preferentemente marcos episódicos o temáticos. Según Iyengar (1991) los marcos episódicos se refieren a hechos concretos, mientras que los temáticos proveen una cobertura más analítica, contextualizada o histórica.

Todos estos atributos de la noticia fueron tratados como variables en un análisis estadístico con el que se trató de analizar la correlación existente entre ellos, siguiendo la línea de investigación descrita por Igartua, Muñiz & Cheng (2005).

3.3 Procedimiento y fiabilidad

Esta muestra de informaciones fue codificada mediante el programa SPSS v.15.0, calculándose una serie de estadísticos descriptivos (p.e. medias, medianas, modas y desviaciones típicas) e inferenciales, para la determinación de la asociación estadística y su significación entre variables (Tablas de Contingencia, prueba exacta, V de Cramer). De este modo, para todos los resultados expresados en porcentajes se comprobó que existía significación estadística.

La codificación de los datos fue realizada por un único juez, y con posterioridad un segundo juez realizó un nuevo análisis sobre una muestra del 10% de las unidades elegidas al azar (26 noticias), a fin de estimar la fiabilidad del proceso de codificación (*intercoder reliability*). Para dicha revisión se contó con la ayuda de la doctora ingeniera industrial Beatriz de la Fuente Casado. El valor medio de acuerdo arrojado en las 49 variables que se tuvieron en cuenta (fórmula Pi de Scott) fue de 0,744, un dato que señala una fiabilidad aceptable para el análisis realizado sobre las informaciones recogidas (Igartua, 2006; Neuendorf, 2002).

El acuerdo más bajo se encontró en la variable “Marco del interés humano” (0,224), si bien hay que hacer notar que esta variable no fue observada directamente por los codificadores, sino que se trataba de una variable calculada basándonos en cinco variables (Cara, Descripciones, Afectados, Vprivadas e Infovisual), estas sí observadas directamente por los codificadores, en las que se obtuvo siempre un acuerdo superior (entre 0,339 y 1). Los mayores acuerdos alcanzaron el máximo posible (1), en variables como “Fecha de publicación”, “Género”, “Gráficos”, “Vprivadas” e “Infovisual”. También se obtuvo un acuerdo por encima del 0,9 en variables como “Página par/impar” (0,922), o “Posturas” (0,92).

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

4. Análisis de resultados

A partir de la suma de cuatro variables sobre aspectos formales de las informaciones -aparición en portada de la información, página par o impar de publicación, acompañamiento gráfico y extensión- se elaboró un índice para conocer la importancia de las informaciones sobre el cannabis. Ello hizo que el indicador de importancia resultante quedara comprendido entre el 0, que representaba importancia mínima, y el 4, importancia máxima. Así, resultó que mayoritariamente se les concedía un tratamiento de escasa importancia a las unidades analizadas, pues el 55,6% fueron definidas como de importancia baja o mínima, mientras que el 23% de las informaciones quedaron clasificadas como de importancia media, y sólo el 21% como de alta, correspondiendo al rango de máxima importancia tan sólo el 0,4% de la muestra (Ver datos en el cuadro 1).

La importancia media de todas las informaciones quedó establecida en el 1,4 –con una desviación típica de 1,1–, la mediana en el 1,0, y la moda –esto es, el valor más repetido– fue el valor 0.

Cuadro 1. Importancia de las informaciones sobre cannabis

Índice de importancia	Frecuencia	Porcentaje
Mínima	73	28,4
Baja	70	27,2
Media	59	23,0
Alta	54	21,0
Máxima	1	0,4
Total	257	100

En el cuadro 2 pueden observarse las cuatro variables que se tuvieron en cuenta para determinar el índice de importancia de las informaciones dedicadas al cannabis. Cada variable tenía dos posibilidades de aparición, una positiva (la noticia es citada en portada, es publicada en página impar, tiene una extensión igual o mayor a media página o incluye gráficos) que sumaba un punto para el

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

indicador de importancia, y una negativa que no sumaba ningún punto para este indicador. Se puede comprobar cómo la mayoría de las noticias se presentaron siempre en la opción de menor importancia, salvo en la variable “página de publicación”, en que están casi igualadas el número de apariciones en página par e impar (tan sólo una aparición más en página impar sobre un total de 257).

El resto de variables registraron frecuencias de aparición siempre mayores en la opción negativa. Así, menos del 1% de las informaciones sobre el cannabis fueron citadas en portada (dos noticias de 257); menos del 40% tuvieron una extensión igual o superior a media página, y menos de la mitad fueron ilustradas con fotografías o algún tipo de grafismo.

Cuadro 2. Variables que conforman el índice de importancia de las informaciones

Aparición en portada	Frecuencia	Porcentaje	Página	Frecuencia	Porcentaje
No	255	99,2	Par	128	49,8
Sí	2	0,8	Impar	129	50,2
Total	257	100	Total	257	100

Extensión	Frecuencia	Porcentaje	Incluye gráficos	Frecuencia	Porcentaje
Menos de media página	158	61,5	No	133	51,8
Más de media página	99	38,5	Sí	124	48,2
Total	257	100	Total	257	100

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

A continuación, se trató de detectar la presencia de una serie de marcos informativos cuya utilización sería habitual por parte de la prensa para diversos temas informativos, conforme a diversas investigaciones. Para ello se utilizó el listado de marcos desarrollado por Semetko & Valkenburg (2000), y adaptado al español por Igartua et al. (2003). La intensidad de utilización en las noticias analizadas de cada uno de los cinco marcos de Semetko & Valkenburg (2000) (de atribución de responsabilidad, de interés humano, de conflicto, de moralidad y de economía), se cuantifica respondiendo positiva (1) o negativamente (0) a la presencia de una serie de ítems en la información analizada, y calculando el porcentaje de respuestas positivas sobre el total de ítems.

Aunque normalmente la utilización de este tipo de instrumentos requiere de la realización de un análisis factorial que confirme la estructura factorial de la escala, en la presente investigación se optó por asumir la dimensionalidad planteada por los autores. El hecho de que la escala de marcos genéricos haya sido utilizada, y su estructura comprobada en diferentes contextos, como por ejemplo el español, permite asumir que también en esta investigación se obtendrá la misma agrupación de ítems a la detectada en esos estudios. Sin embargo, sí se procedió a comprobar la consistencia interna de cada uno de los marcos en que se compone la escala. Ello se realizó mediante la prueba Alfa de Cronbach, que permite determinar la unidimensionalidad o no de una escala o un componente de la misma.

La consistencia interna se considera aceptable cuando el valor del alfa de Cronbach se sitúa entre 0,70 y 0,90 (Campo-Arias & Oviedo, 2008) Según George & Mallery (2003, cit. en Frías-Navarro, 2013), un coeficiente alfa inferior a 0,5 es considerado inaceptable, superior a 0,5 es pobre, a 0,6 es cuestionable, a 0,7 es aceptable, a 0,8 es bueno y a 0,9 es excelente. Esta misma autora (Frías-Navarro, 2013) aporta otras interpretaciones del coeficiente alfa de Cronbach, por ejemplo Nunnally (1967) considera que en las primeras fases de la investigación un valor de fiabilidad de 0,5 o 0,6 puede ser suficiente, dentro de un análisis exploratorio estándar sería adecuado un valor en torno a 0,7 y necesitándose al menos un 0,8 para investigación básica. Huh, Delorme & Reid (2006) consideran que en investigación exploratoria este valor debe ser igual o mayor a 0,6, mientras que en estudios confirmatorios debe estar entre 0,7 y 0,8.

Por tanto, este primer análisis de la fiabilidad de cada uno de los *news frames* planteados por Semetko & Valkenburg (2000), arrojó unos valores aceptables para un estudio exploratorio como el presente, tan sólo para los casos de los marcos de interés humano ($\alpha = .76$) y de conflicto ($\alpha = .65$), por lo que se hizo necesario la eliminación de algún reactivo para acomodar la escala original a la representación mediática del cannabis estudiada.

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

De este modo, para el marco *de atribución de responsabilidad* el alfa de Cronbach originalmente calculado sugirió la necesidad de eliminar dos ítems de la escala original, obteniendo entonces un $\alpha = 0,65$. También se necesitó eliminar dos ítems del marco *de consecuencias económicas* para obtener un alfa de 0,81, mientras que el marco *de interés humano* mantuvo sus cinco ítems originales, dada su alfa = 0,76. En cuanto al marco *de conflicto* se eliminó un ítem para mejorar su fiabilidad hasta $\alpha = 0,77$.

Finalmente, se decidió eliminar del análisis el marco *de moralidad*, ya que su alfa originalmente calculada ($\alpha = 0,43$) tan sólo aumentaba a 0,57 tras la eliminación de uno de sus tres ítems. Además, este marco de moralidad resultaba ser escasamente empleado en la muestra analizada, ya que el 94,2% de las noticias sobre cannabis no mostraron ninguna de las características propias de este marco, ninguna noticia mostró los tres ítems y en tan sólo el 1,6% de las noticias se detectaron dos ítems. Un único ítem fue encontrado en el 4,3% de la muestra (11 unidades de análisis).

Tras este segundo análisis, la consistencia de tres de los cuatro marcos seleccionados fue aceptable (entre 0,76 y 0,81), y tan sólo el marco de responsabilidad ofreció una consistencia de 0,65. Sin embargo, al tener este estudio un carácter exploratorio del tratamiento informativo del cannabis en el contexto noticioso español, se decidió continuar el análisis de los datos utilizando estos cuatro marcos, con una composición derivada del análisis de fiabilidad descrito.

A continuación, se realizó un análisis factorial con todos los ítems resultantes, con rotación ortogonal varimax. La calidad del análisis factorial se comprobó mediante el estadístico Kaiser-Meyer-Olkin (KMO), que arrojó un valor de 0,71, y el contraste de esfericidad de Bartlett, que resultó estadísticamente significativo ($p < .001$), datos que describen la adecuación de las variables empleadas para efectuar el estudio. Los cuatro componentes principales explicaron el 65,8% de la varianza. Posteriormente, se procedió a crear cuatro nuevas variables, una para cada uno de los marcos detectados, elaboradas mediante la adición simple de los ítems constitutivos de cada marco.

El análisis descriptivo de estas cuatro variables (ver datos en Cuadro 3), mostró que en nuestra investigación, el marco de atribución de responsabilidad es el más intensamente empleado, con una intensidad media del 61% ($M = 0,61$). La desviación típica de este marco de responsabilidad es del 0,28, lo que implica que, sumando y restando la desviación típica a la media, las noticias analizadas muestran entre un 89% y un 33% de las características que lo componen. Esto supone que en una parte considerable de las noticias existe una intensa utilización del marco de atribución de responsabilidad.

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

El siguiente marco más intensamente utilizado es el de conflicto, con una intensidad del 52% ($M = 0,52$), esto es, como promedio la muestra analizada cumple al menos la mitad de las condiciones (o ítems) que caracterizan a cada marco. La intensidad en la utilización del marco del conflicto en las noticias varía hasta en 39 puntos ($DT = 0,39$) respecto a una media del 52%. Ello supone que, por término medio, las noticias de nuestra muestra utilizan este marco con una intensidad de entre el 91% y el 13%. De nuevo, por tanto, un gran número de noticias utilizan intensamente este marco, frente a otro grupo en que apenas se utilizan componentes de dicho marco. Por el contrario, la intensidad media de la utilización de los marcos de interés humano ($M = 0,09$, $DT = 0,2$) y de consecuencias económicas ($M = 0,11$, $DT = 0,3$), es escasa, por lo que ni siquiera se puede suponer que, al menos, una parte de las noticias los utilicen intensamente. De modo complementario también podemos resaltar que en estos dos últimos marcos tanto el valor que más se repite, la moda, como el valor que está en medio de la distribución, la mediana, es el 0% de presencia del marco.

Cuadro 3. Presencia de marcos en las informaciones sobre el cannabis

	Marco de atribución de responsabilidad	Marco de interés humano	Marco de conflicto	Marco de economía
Media	0,61	0,09	0,52	0,11
Alfa de Cronbach	0,652	0,762	0,767	0,814
Desv. típ.	0,28	0,20	0,39	0,29
N	257	257	257	257

A fin de hacer un estudio más detallado, se analizaron los datos descriptivos de los ítems que componían cada uno de los marcos informativos. Respecto del marco de atribución de responsabilidad, nada menos que el 58% de las noticias utilizan los tres ítems característicos de este marco para su elaboración. Además, casi tres de cada cuatro noticias (73,2%) utilizan la mitad o más de los ítems que definen este marco (Ver Cuadro 4).

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>**Cuadro 4. Número de ítems del marco de atribución de responsabilidad encontrados en cada unidad de análisis**

Ítems	Intensidad	Frecuencia	Porcentaje
0	0,00	18	7
1	0,25	51	19,8
2	0,50	39	15,2
3	0,75	149	58,0
Total		257	100

La presencia de cada uno de los ítems del marco de responsabilidad en las noticias analizadas puede observarse en los datos expuestos en el Cuadro 5. De este modo se observó la presencia en la mayoría de las noticias de un marco donde el responsable de causar el problema tratado fueron los individuos (responsables en el 77% de ocasiones). Además se sugieren soluciones al problema en casi un 72% de las veces, cuya resolución corresponde a las instituciones en el 75,5% de las ocasiones. Finalmente, cabe destacar que la presencia del marco de atribución de responsabilidad no mostró correlación significativa con el índice de importancia ($\rho = -0,089$, $p > 0,1$).

Cuadro 5. Presencia de los ítems que componen el marco de atribución de responsabilidad

	Sí	No
1. alguna institución tiene la habilidad para resolver o aliviar el problema	75,5	24,5
2. Un individuo o un grupo social es responsable del tema o problema	77,0	23,0
3. En el relato se sugieren soluciones al tema o problema	71,6	28,4

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

El marco de interés humano es muy poco utilizado para informar sobre el cannabis, pues el 75% de las noticias no emplean ninguno de los cinco ítems que lo caracterizan. Además, este resultado se ve reforzado por el hecho de que otro 18% de noticias tan sólo emplean uno de los cinco ítems. Por tanto, un uso nulo o muy bajo del marco del interés humano es lo habitual en nada menos que el 93% de las noticias sobre el cannabis. Ello supone que tan sólo un 7% de las informaciones sobre el cannabis utilizan dos o más de los cinco ítems característicos de este marco (Ver datos en el Cuadro 6).

Cuadro 6. Número de ítems del marco de interés humano encontrados en cada unidad de análisis

Ítems	Intensidad	Frecuencia	Porcentaje
0	0,00	192	74,7
1	0,20	47	18,3
2	0,40	5	1,9
3	0,60	3	1,2
4	0,80	4	1,6
5	1	6	2,3
Total		257	100

La presencia de cada uno de los ítems en las noticias analizadas puede observarse a partir de los datos expuestos en el Cuadro 7. Como se puede comprobar, los rasgos característicos de este marco del interés humano son muy poco utilizados para las informaciones sobre cannabis, algo que contrasta con el presupuesto de que los relatos sobre drogas son campo abonado para introducir elementos personales como la enfermedad o la delincuencia. Así, el lado humano de este tema se presenta en sólo el 12,1% de los casos, un 11,3% de las informaciones hacen referencia a cómo los individuos son afectados por este tema, y tan sólo un 4,3% se adentra en las vidas privadas de los protagonistas.

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>**Cuadro 7. Presencia de los ítems que componen el marco del interés humano**

	Sí	No
1. Se muestra la cara humana; con un ejemplo se presenta su lado más emocional	12,1	87,9
2. Se utilizan adjetivos o descripciones personales que generan sentimientos de agravio, empatía, simpatía o compasión	6,6	93,4
3. Se enfatiza cómo los individuos o los grupos están afectados por el tema o el problema abordado	11,3	88,7
4. El relato se adentra en las vidas privadas o personales de los actores o protagonistas	4,3	95,7
5. El relato contiene información visual que podría generar sentimientos de agravio, empatía, simpatía o compasión	9,3	90,7

Se calculó la correlación existente entre el marco de interés humano y el índice de importancia, resultando una asociación estadísticamente significativa ($\rho = 0,252$, $p < 0,01$). Ello indica que el uso de este marco o enfoque en la información varía en la misma dirección que lo hace el índice de importancia. Para realizar un estudio más pormenorizado, se calculó una tabla de contingencia entre ambas variables, que resultó estadísticamente significativa (Prueba exacta de Fisher = 36,02, $p < 0,05$, $V = 0,18$). Tanto en ésta como en las siguientes tablas de contingencia entre el índice de importancia y la intensidad de presencia de diferentes marcos, ofrecemos los datos de forma que las filas suman el cien por cien. De este modo podemos observar cómo varía la intensidad de presencia del marco dentro de cada grupo de noticias con el mismo índice de importancia.

Como muestran los datos del Cuadro 8, una nula (0,00) o baja (0,20) intensidad en la utilización del marco de interés humano es lo más frecuente en todos los grupos de noticias, sea cual sea su importancia. Así, la presencia nula o baja del marco de interés humano supone el 98,6% de las noticias de mínima importancia, el 94,3% de las noticias de baja importancia, el 96,6% de las noticias de media importancia y el 100% de las noticias de máxima importancia (si bien sólo hubo una noticia en esta categoría de máxima importancia). Tan sólo entre las noticias de alta importancia (54 unidades, el 21% del total) existe un reparto de noticias ligeramente menos acusado entre las diferentes intensidades del marco del interés humano. Así, las noticias de alta importancia con nula o mínima presencia de este marco representan el 79,6%, repartiéndose el 20% restante entre el resto de intensidades de presencia del marco de interés humano.

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

Sin embargo, hay que hacer constar que las noticias con una intensidad entre baja (0,40) y máxima (1) tan solo sumaron 18 casos sobre un total de 257, por lo que cualquier deducción que se hiciera tomando como base tan bajas cifras resultaría arriesgada. Por todo ello, se dedujo que el interés humano no era un ingrediente habitual en la redacción de las noticias sobre el cannabis de baja importancia, y que dicho interés sólo aparecía, aún de forma minoritaria, en informaciones de mayor importancia.

Cuadro 8. Tabla de contingencia entre índice de importancia y marco de interés humano

Índice de importancia	Marco de interés humano						Total
	0,00	0,20	0,40	0,60	0,80	1	
Mínima	86,3	12,3	0	0	1,4	0	100
Baja	72,9	21,4	2,9	2,9	0	0	100
Media	78,0	18,6	0	0	1,7	1,7	100
Alta	57,4	22,2	5,6	1,9	3,7	9,3	100
Máxima	100	0	0	0	0	0	100
	74,7	18,3	1,9	1,2	1,6	2,3	100

Nota: $N = 257$. Los valores de las celdas representan porcentajes. La asociación es significativa a nivel * $p < ,05$

El análisis del marco de conflicto mostró que, si bien en casi una tercera parte de las informaciones (28,8%) no se encontró ninguna de las cuatro características o ítems que definen este marco, en nada menos que 57,2% de las noticias se encontraron la mitad o más de los ítems que componían este marco (Ver datos en el Cuadro 9). De hecho, el marco de conflicto resultó el segundo marco más intensamente utilizado en la muestra analizada como hemos descrito en el Cuadro 3.

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>**Cuadro 9. Número de ítems del marco de conflicto en cada unidad de análisis**

Ítems	Intensidad	Frecuencia	Porcentaje
0	0,00	74	28,8
1	0,33	36	14
2	0,67	73	28,4
3	1	74	28,8
	Total	257	100

La presencia del marco de conflicto se produjo mayoritariamente por las circunstancias descritas por los ítems 1 y 2 (Ver cuadro 10). Esto es, una organización o un individuo realiza un reproche a otro en el 62,3% de las informaciones, o bien la noticia describe posturas diferentes en torno al tema abordado (63,4%). Se calculó la correlación bivariada entre el marco de conflicto y el índice de importancia creado, no detectándose asociación alguna entre ambas variables ($\rho = -0,06$. $p > 0,1$).

Cuadro 10. Presencia de los ítems que componen el marco de conflicto

	Sí	No
1. En el relato se informa de que un partido político, individuo, grupo, institución o país realiza algún tipo de reproche a otro partido político, individuo, grupo, institución o país	62,3	37,7
2. El relato alude dos o más posturas diferentes en torno al tema o problema abordado	63,4	36,6
3. El relato se construye haciendo alusión a ganadores y vencidos	31,5	68,5

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

En cambio, el marco de las consecuencias económicas es escasamente utilizado por la prensa a la hora de informar sobre el cannabis, pues según muestran los datos del Cuadro 11, el 86% de las noticias no reunía ninguna de las características de este marco. El 6,2% de las noticias mostró sólo una de las características analizadas, y un 7,2% mostró dos características.

Cuadro 11. Número de ítems encontrados en cada unidad de análisis

Ítems	Intensidad	Frecuencia	Porcentaje
0	0,00	221	86
1	0,50	16	6,2
2	1	20	7,8
Total		257	100

Ninguna de las características que definían este marco estuvo presente en más del 12,8% de las noticias (ítem 2). Se observó, por tanto, que las informaciones sobre el cannabis apenas consideraron las implicaciones económicas del tráfico de un producto cuya regulación ilegal le otorga un alto precio.

Cuadro 12. Presencia de los ítems que componen el marco de consecuencias económicas

	Sí	No
1. En el relato se mencionan ganancias o pérdidas financieras que pueden producirse en el presente o en el futuro (mención a temas financieros)	8,9	91,1
2. En el relato se hace referencia a las consecuencias económicas por seguir o no una determinada acción	12,8	87,2

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

Se analizó la relación del marco de consecuencias económicas con el índice de importancia, no observándose una correlación significativa ($\rho = 0,103$, $p = 0,1$).

Contexto crítico del evento cubierto

Para continuar con el análisis de los datos, se procedió a observar si las noticias sobre cannabis utilizaron *marcos temáticos* para su elaboración, esto es, si mostraban el contexto del hecho informativo, o si bien utilizaban *marcos episódicos*, o sea, la noticia informaba sólo del hecho concreto sin relacionarlo con sus causas sociales, políticas, económicas, etc. Los resultados obtenidos pusieron de relieve que el 79% de las noticias analizadas utilizaron un marco episódico, frente al 21% que usaron el marco temático. Es decir, se observó que existía una tendencia a informar sobre el cannabis refiriéndose estrictamente al hecho noticioso, sin describir su contexto (Ver datos en el Cuadro 13).

Cuadro 13. Utilización del *framing* episódico o temático en las noticias sobre cannabis

	Frecuencia	Porcentaje
<i>Framing</i> episódico	203	79,0
<i>Framing</i> temático	54	21,0
Total	257	100

A continuación se comprobó que existía una asociación estadísticamente significativa entre el contexto crítico del evento cubierto y el índice de importancia de las noticias (V de Cramer = 0,430). Tras esto, se comprobó la existencia de una relación significativa entre ambas variables, al resultar la prueba exacta de Fisher = 46,340 para $p < 0,001$. Así, se detectó que las noticias de baja y mínima importancia utilizan mayoritariamente (en más del 90% de las ocasiones) el *framing* episódico, donde no se describe el contexto de los hechos. En cambio, conforme aumenta la importancia de las noticias se tiende a utilizar más el *framing* temático, que incluye una descripción del contexto del suceso informativo. Las noticias de alta importancia se dividen casi por igual entre las que describen el contexto y las que no, y la única noticia de máxima importancia sí incluyó el contexto de los hechos (Ver Cuadro 14).

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

Cuadro 14. Tabla de contingencia entre el índice de importancia y el contexto

Índice de importancia	Contexto crítico del evento cubierto		Total
	Framing episódico	Framing temático	
Mínima	90,4	9,6	100
Baja	95,7	4,3	100
Media	71,2	28,8	100
Alta	51,9	48,1	100
Máxima	0	100	100
Total	79	21	100

Nota: $N = 257$. Los valores de las celdas representan porcentajes. La asociación es significativa a nivel *** $p < ,001$.

Diversos autores han encontrado correlaciones significativas entre el uso de marcos episódicos o temáticos y la atribución de responsabilidad ante el tema del que se informa, bien a los individuos o bien a la sociedad-instituciones. Así, para Iyengar (1991), el uso de marcos episódicos o temáticos puede influir en la atribución de las causas y en la responsabilidad de solucionar los problemas sociales. McLeod & Detenber (1999) afirman que "cuando las noticias presentan la cuestión de la pobreza de un modo personalizado (marco episódico) los espectadores asignan la responsabilidad de la pobreza a los individuos" mientras que si la pobreza "es presentada como el resultado de las condiciones económicas y las políticas sociales (marco temático), la responsabilidad fue atribuida a la sociedad" (p. 7).

Sin embargo, Semetko & Valkenburg (2000) encuentran que las noticias televisivas pueden al mismo tiempo ser "episódicas" y señalar al gobierno, más que a los individuos, como responsable de los problemas sociales. Esta divergencia sería debida a "la importancia e influencia potencial de la cultura política y el contexto en el enmarcado informativo" (Semetko & Valkenburg, p. 106), quizá porque el estudio de estos autores se refiere a Holanda, donde "existe un fuerte Estado social del bienestar, (por lo que) se espera que el Gobierno aporte soluciones a los problemas sociales" (Semetko & Valkenburg, p. 106).

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

Para contribuir a este debate, se examinó si existía correlación entre la descripción del contexto de los hechos informativos y la atribución de causar los problemas a los individuos y de resolverlos a las instituciones. De este modo, se detectó que, si bien las informaciones sobre cannabis tienden a responsabilizar a los individuos de causar este problema, esta tendencia fue mayor cuando no se ofrecía el contexto de los hechos. Así, las informaciones que no ofrecieron el contexto (*framing* episódico) responsabilizaron mayoritariamente a los individuos (83% de los casos), mientras que las informaciones contextualizadas responsabilizaban a los individuos en un porcentaje inferior, el 56% de los casos (Ver cuadro 15). En cambio no se encontró asociación significativa entre la habilidad de las instituciones para resolver el problema del que se informa y la descripción o no del contexto ($p = 0,79$).

Cuadro 15. Utilización del *framing* episódico o temático en las noticias sobre cannabis

Individuo responsable	Porcentaje total	<i>Framing</i> episódico	<i>Framing</i> temático
Sí	77	82,8	55,6
No	23	17,2	44,4

Nota: $N = 257$. La asociación es significativa a nivel *** $p < ,001$

5. Discusión y conclusiones

En respuesta a nuestra primera pregunta de investigación, encontramos que las informaciones sobre cannabis reciben un tratamiento que les confiere escasa importancia, pues la importancia media de la muestra analizada quedó establecida en el 1,4, sobre un máximo de 4 puntos, mientras que más de la mitad de las noticias (55,6%) fueron catalogadas como de importancia baja o mínima.

En segundo lugar, se comprobó que la prensa española utiliza en muy diferente grado los marcos informativos descritos en anteriores investigaciones (Semetko & Valkenburg, 2000), pues tan sólo se detecta una presencia destacable de dos de los cinco marcos posibles, el marco de responsabilidad y el marco de conflicto. Por el contrario, las características que definen a los marcos de interés humano,

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

moralidad y economía apenas son detectadas en las noticias. Además, el análisis de fiabilidad reveló que el marco de moralidad, tal como lo definen Semetko & Valkenburg (2000), no mostraba consistencia interna en nuestro estudio del tratamiento informativo español del cannabis, por lo que fue eliminado.

El marco de atribución de responsabilidad es empleado por la prensa española de modo que describe como responsable de causar el problema tratado a los individuos, y señala a las instituciones como las encargadas de resolverlo, aplicando las soluciones que sugieren una amplia mayoría de la noticias. Dado que se eligió estudiar un momento concreto caracterizado por una atención inusualmente elevada por parte de las instituciones hacia el cannabis, estos resultados podrían estar predeterminados por la propia iniciativa institucional. Por tanto cabe apuntar en este momento como línea de investigación futura, el papel de las instituciones para resolver los problemas originados por el cannabis en momentos más comunes, de menor atención institucional.

El marco de conflicto es el segundo más empleado, ya que una mayoría de noticias contienen la mitad o más de las características que definen este marco. En las informaciones sobre cannabis es habitual la descripción de posturas diferentes y reproches entre partidos políticos, individuos o instituciones. También se detecta que un tercio de las informaciones aluden a ganadores (personificados en los Cuerpos de Seguridad del Estado y la Justicia), y perdedores (traficantes, cultivadores o meros consumidores).

En cambio, el marco del interés humano es muy poco utilizado para informar sobre el cannabis, ya que no se muestra el lado emocional o sentimental de la información, ni se describe cómo el cannabis afecta a los individuos o a la sociedad.

El marco de las consecuencias económicas es apenas empleado, pues no se encuentra ninguna de las dos características de este marco en el 86% de las noticias. Resulta digno de mención que los periodistas españoles no tengan en cuenta como ingrediente informativo de sus relatos la vertiente económica de un tráfico cuya consideración ilegal le otorga una alta rentabilidad, y que es la razón primordial de que se produzca este delito.

Además, no se halló correlación o asociación significativa entre el índice de importancia y la presencia de los marcos de responsabilidad, conflicto o consecuencias económicas, lo que señala que ninguno de estos ingredientes sirve para dotar a la noticia de mayor relevancia informativa. Tan sólo el marco de interés humano muestra una correlación y una asociación estadísticamente significativa con el índice de importancia. Ello indica que, aunque es poco habitual tratar la información con un enfoque humano, mostrar sentimientos, emociones y cómo los problemas afectan a las personas consigue, en ocasiones, que las

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

noticias sobre cannabis reciban un tratamiento de mayor importancia. En cambio, incidir en los potenciales beneficios económicos que puede producir el tráfico de cannabis no conlleva una mayor importancia formal de las informaciones. Quizá los grandes beneficios del narcotráfico son cuestión tan conocida y repetida, que no aporta ningún ingrediente de novedad, uno de los componentes informativos esenciales.

Finalmente, en respuesta a la tercera pregunta de investigación, una gran mayoría de las noticias sobre el cannabis (79%) no ofrecen el contexto de los hechos de que informan, esto es son enmarcados episódicamente, sin relacionarlos con sus causas sociales, políticas, económicas, etc. Según Dudo et al. (2009) el predominio de marcos episódicos indicaría un bajo nivel de la calidad de la cobertura informativa, y no asume el consejo del informe MacBride (1988) de contextualizar los hechos para que el público pueda percibir los problemas. La escasa utilización de los marcos temáticos, se debería según estos autores a que no resulta práctico para los periodistas, ya que tienen que superar las exigencias informativas de inmediatez, novedad, etc. Además, no parece lógico emplear el apurado tiempo de los periodistas en contextualizar una materia informativa como el cannabis que, como se ha detectado, habitualmente recibe un tratamiento de baja importancia. Sin embargo, las ocasiones en que los periodistas rompen esta rutina informativa, y contextualizan sus informaciones sobre cannabis se consigue una mayor relevancia de estas noticias, rentabilizando así el empleo de su tiempo de trabajo.

También se examinó si existía correlación entre la descripción del contexto de los hechos informativos y la atribución de la responsabilidad a los individuos y a la capacidad de resolver el problema planteado por parte de las instituciones, como han estudiado con distintas conclusiones varios autores (Semetko & Valkenburg, 2000; Iyengar, 1991). De este modo, se detectó que las informaciones señalaron mayoritariamente a los individuos como responsables del problema tratado (77%), si bien aquellas noticias que no describieron el contexto (*framing* episódico) responsabilizaron a los individuos en un porcentaje muy superior (82,8%) que aquellas informaciones que sí describían el contexto (55,6%). No se encontró asociación significativa entre la habilidad por parte de las instituciones para resolver el problema y la descripción o no del contexto.

Por tanto, podemos aportar a este debate, que en las informaciones sobre el cannabis de la prensa española el *framing* episódico (noticia sin contextualizar) es mucho más frecuente que el *framing* temático (noticia contextualizada). Al mismo tiempo, se suele responsabilizar a los individuos, si bien hay que resaltar que cuando se ofrece el contexto de las noticias se reduce la probabilidad de que los individuos sean señalados como responsables de los problemas causados por el cannabis.

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

Conviene recordar en este momento que el enmarcado constituye todo un proceso que fluye por distintas etapas, siendo el producto de una de ellas los marcos informativos o mediáticos. Los marcos no sólo se encuentran en las noticias, sino que son reflejo de los marcos que existen en las mentes de los periodistas y de quienes ejercen presión sobre los periodistas (editores, empresarios, políticos, etc.). Cuando estas noticias se difunden, interaccionan con los marcos preexistentes en las mentes de las audiencias. A su vez, estos marcos de las audiencias sirven de retroalimentación al sistema, ya que entre las audiencias figuran tanto los periodistas como quienes hemos visto que ejercen su poder influyente sobre ellos.

Sin olvidar que nos hemos detenido en una etapa concreta de un proceso continuo, en esta investigación nos hemos centrado en analizar los marcos mediáticos o *news frames*. Hemos tratado de identificar si la información sobre el cannabis efectivamente parece seguir una plantilla (Gamson, 1989; McLeod et al., 1999; Pan & Kosicki, 1993) o rutina de trabajo (Gitlin, 1980) con la que los periodistas elaborarían sus informaciones, permitiéndoles identificar la información, recopilando, en consecuencia, los hechos, citas y elementos pertinentes y transmitiéndola de modo eficaz a sus audiencias. En nuestro caso concreto, la rutina informativa de los periodistas españoles genera una información sobre el cannabis que consiste en la descripción concisa de un conflicto - habitualmente, la comisión de un delito, y la detención y juicio de sus culpables (Ballesteros, 2012)-, del que son responsables los individuos y que corresponde a las instituciones resolver. Este hecho, frecuentemente de tipo delictivo, es narrado sin describir el contexto social, económico o histórico que lo rodea, y sin profundizar en cómo se ve afectada la vida cotidiana y privada de las personas, ni sus emociones y sentimientos. Las repercusiones económicas de las noticias relacionadas con el cannabis tampoco son descritas, usualmente, por la prensa española. El producto informativo resultante de aplicar esta plantilla, adquiere una baja importancia formal, quedando relegado a una corta extensión, en emplazamientos poco destacados. Por tanto, la descripción que realizan numerosos investigadores (p.e. García et al., 1987; Froján, 1993; Martínez, 2000; Rekalde & Romani, 2002; Martínez et al., 2000) para el caso más general de las drogas, es confirmada por nuestra investigación para el caso concreto del cannabis. Complementariamente el estudio presente aporta, con un alcance exploratorio, una adaptación de los marcos definidos por Semetko & Valkenburg (2000) al caso específico del tratamiento mediático del cannabis en España.

Entre los criterios de selección, que convierten un hecho en noticia, se han incluido tradicionalmente factores como la proximidad geográfica, el impacto dramático, la sencillez de comprensión, la rareza y la novedad (Dader, 1990), así como la capacidad del hecho para producir una discontinuidad que rompa con las expectativas esperadas, la existencia de conflicto, el empleo de cuantificaciones o la contravención de las normas (Luhmann, 2000).

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

El cultivo de cannabis en terrazas soleadas o discretas habitaciones equipadas para el cultivo *indoor*, o bien en jardines, huertos y plantaciones, es un hecho próximo geográficamente a las audiencias, como narran las informaciones de la muestra analizada. Audiencias que, en parte, aún extrañan la rareza de este hecho, dado lo relativamente novedoso de su extensión social pese a contravenir las normas legales y expectativas personales. Junto a esto, el impacto dramático del relato sobre drogas, el empleo de cuantificaciones o la contravención de las normas han sido factores analizados con profusión por numerosos autores (p.e. García et al, 1987; Froján, 1993; Martínez, 2000; Rekalde & Romaní, 2002; Martínez et al., 2000). La existencia de un conflicto alrededor de las drogas ha sido descrita por muchos de estos autores, y comprobada en la presente investigación para el caso concreto del cannabis, bajo la forma de reproches entre partidos, individuos o instituciones; posturas diferentes y alusión a ganadores y perdedores.

Debemos cuestionarnos, por tanto, por qué un material informativo como el cannabis que parece cumplir con muchos de estos criterios de selección noticiosa recibe, en la práctica, como consecuencia de las rutinas informativas y de las plantillas de trabajo periodístico, un tratamiento tan pobre como el descrito.

Fuera del alcance de este artículo queda responder por qué las rutinas de los periodistas españoles no aprovechan el potencial informativo del cannabis, elaborando un producto que resultaría de interés para el público, según los criterios clásicos citados. Es, por tanto, una cuestión que queda planteada para próximas investigaciones, apuntando como una de las posibles razones, a modo de mero indicio provisional, la escasez de tiempo debido a la acumulación de obligaciones laborales y el continuo recorte de plantillas. Esta premura en la redacción de noticias podría ser la responsable de la reproducción casi literal de las muy empleadas informaciones de las fuentes oficiales (Ballesteros, 2012), ya preparadas en origen para su publicación y tan fácilmente accesibles como desprovistas de los criterios noticiosos enumerados.

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

6. Referencias

1. Acevedo, B. (2007). Creating the cannabis user. A post-structuralist analysis of the re-classification of cannabis in the United Kingdom (2004-2005). En: *International Journal of Drug Policy*, Vol. 18. Pag. 177-186. Recuperado el 11 de noviembre de 2013 de <http://www.oregon.gov/pharmacy/Imports/Marijuana/StaffReview/CreatingTheCannabisUserAPost-structuralistAnalysisofReclassificationofCannabisintheUK.pdf>
2. Ballesteros, C. (2012). Los marcos informativos del cannabis en la prensa española: Aplicación de las teorías del framing y la agenda-setting. Editorial académica española.
3. Campo-Arias, A. y Oviedo, H. (2008). Propiedades psicométricas de una escala: la consistencia interna. En: *Revista de salud pública*. Vol. 10 (5). Pag. 831-839. Recuperado el 10 de noviembre de 2013 de <http://www.scielosp.org/pdf/rsap/v10n5/v10n5a15.pdf>
4. Dader, J. (1990). Las provincias periodísticas de la realidad. *Comunicación y Sociedad*, 3(1-2), pp. 85-134.
5. Dader, J. (1992). *El periodista en el espacio público*. Barcelona. Bosch.
6. De Vreese, C. (2004). The effects of frames in political television news on issue interpretation and frame salience. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 81(1), pp. 36-52.
7. Dudo, A., Dahlstrom, M. y Brossard, D. (2009). Reporting a potential pandemic. A risk-related assessment of avian influenza coverage in US newspaper. *Science Communication*, 28(4), pp. 429-454.
8. Entman, R. (1993). Framing: toward clarification of a fractured paradigm. En: *Journal of Communication*, 43(4), pp. 51-58.
9. Frías-Navarro, D. (2013). Alfa de Cronbach y consistencia interna de los ítems de un instrumento de medida. Facultad de Psicología. Universidad de Valencia. Recuperado el 10 de noviembre de 2013 de <http://www.uv.es/~friasnav/AlfaCronbach.pdf>
10. Froján, M. et al. (1993). *La imagen de la droga en la prensa española. Un análisis de la información publicada entre 1988 y 1992*. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.
11. Gamson, W. (1989). "News as framing: Comments on Graber". *American Behavioral Scientist*, 33, pp. 157-161.
12. García, B., Menor, J. y Perales, A. (1987). *La imagen de la droga en la prensa española*. Madrid: Plan Nacional sobre Drogas.
13. GEC (2004). *Informe sobre el cánnabis 2004: Análisis de situación y propuestas de actuación*. Madrid: Grupo de Estudios sobre el Cánnabis.
14. Gitlin, T. (1980) *The whole World is watching: Mass media in the making & unmaking of the new left*. Berkeley: University of California Press.

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

15. Goffman, E. (1974). *Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience*. New York: Harper Colophon.
16. Gutiérrez, L. (2001). Temas de interés para los periódicos de prestigio. El caso de El País (España) y El Espectador (Colombia). En: *Zer*. Vol. 10. Pag. 131-158. Recuperado el 8 de octubre de 2007 de <http://dspace.unav.es/dspace/bitstream/10171/16976/1/ZER%20100002.pdf>
17. Haines-Saah, R. et al. (2013). The privileged normalization of marijuana use – an analysis of Canadian newspaper reporting, 1997–2007. En: *Critical Public Health*, Recuperado el 22 de noviembre de <http://dx.doi.org/10.1080/09581596.2013.771812>
18. Huh, J.; DeLorme, D.E.; Reid, L.N. (2006) Perceived third-person effects and consumer attitudes on prevetting and banning DTC advertising. En: *Journal of Consumer Affairs*, 40(1):90-116.
19. Igartua, J. et al. (2003). “Medios de Comunicación e inmigración. El análisis de los encuadres noticiosos en la prensa española”. En: *Encuentros en Psicología Social*, 1(4), pp. 158-164.
20. Igartua, J., Muñoz, C. & Cheng, L. (2005). “La inmigración en la prensa española. Aportaciones empíricas y metodológicas desde la teoría del encuadre noticioso”. *Migraciones*, 17, pp. 143-181.
21. Igartua, J. (2006a). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Barcelona: Bosch.
22. Iyengar, S. (1991). *Is anyone responsible? How TV frames political issues*. Chicago: University of Chicago Press.
23. Lakoff, G. (ed. 2007). *No pienses en un elefante*. Lenguaje y debate político (v.o. 2004). Madrid: Editorial Complutense.
24. Lenton, S. (2004). Pot, Politics and the Press Reflections on Cannabis Law Reform in Western Australia. *Drug and Alcohol Review*, 23(2), pp. 223–233.
25. Luhmann, N. (2000) *La realidad de los medios de masas*. Barcelona. Anthropos Editorial.
26. MacBride, S. (1988). *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.
27. Martínez, I., Nieto, M. & Del Pueyo, B. (2000). *Medios de comunicación y drogodependencias. Actuar es posible*. Madrid: Plan Nacional sobre Drogas.
28. Martínez, M. (2000). *El discurso social sobre drogas*. Tesis Doctoral. Facultad de Psicología, Universidad de Murcia.
29. McCombs, M., López-Escobar, E. & Llamas, J. (2000). Setting the Agenda of Attributes in the 1996 Spanish General Election. En: *Journal of Communication*. Vol. 50. Pag. 77-81.
30. McLeod, D. y Detenber, B. (1999). Framing effects of television news coverage of social protest. *Journal of Communication*, 49(3), pp. 3-23.

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

31. Moles, A. (1986) *Théorie structurale de la communication et société*. Paris : Éditions Masson.
32. Muñiz, C., Igartua, J., Montse, J. & Otero, J. (2008). Imágenes periodísticas de la inmigración. Aportaciones metodológicas al estudio de la comunicación visual. *Análisi*, 37, pp. 31-48.
33. Muñiz, C. (2011). Encuadres noticiosos sobre migración en la prensa digital mexicana. Un análisis de contenido exploratorio desde la teoría del *framing*. *Convergencia, Revista de Ciencias Sociales*, (55), pp. 213- 239.
34. Neuendorf, K.A. (2002). *The Content Analysis Guidebook*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
35. Neumann, W., Just, M. & Crigler, A. (1992). *Common knowledge*. Chicago: University of Chicago Press.
36. Nunnally, J.L. (1978), *Psychometric Theory*. NY: McGraw-Hill.
- Pan, Z. & Kosicki, G. (1993). Framing analysis: An approach to news discourse. *Political Communication*, 10(1), pp. 55-75.
37. PNSD (2009). Estrategia Nacional sobre Drogas 2009-2016. Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas. Recuperado el 1 de mayo de 2013 de <http://www.pnsd.msc.es/Categoria2/publica/pdf/EstrategiaPNSD2009-2016.pdf>
38. RAE (1994). *Diccionario de la lengua española*. Madrid: Real Academia Española.
39. Rekalde, Á. y Romaní, O. (2002). *Los medios de comunicación social ante el fenómeno de las drogas: un análisis crítico*. San Sebastián: Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco.
40. Scheufele, D. (1999). Framing as a theory of media effects. En: *Journal of Communication*, 49(1), pp. 103-122.
41. Semetko, H. & Valkenburg, P. (2000). Framing European Politics: A content analysis of press and television News. *Journal of Communication*. Spring 2000, pp. 91-109.
42. Vega, A. (1996) “¿Los medios de comunicación educan sobre las drogas?”. *Comunicar*, 6, pp. 115-120. Recuperado el 5 de abril de 2004 de <http://www.revistacomunicar.com/verpdf.php?numero=6&articulo=06-1996-23>
43. Vicente, M. & López, P. (2009). Resultados actuales de la investigación sobre framing: sólido avance internacional y arranque de la especialidad en España. En: *Zer*, 14(26), pp. 13-34. Recuperado el 10 julio de 2012 de <http://www.ehu.es/ojs/index.php/Zer/article/view/2750/2364>
44. Weaver, D.H. (2007) Thoughts on agenda setting, framing and priming. En: *Journal of Communication*, 57(1), pp. 142-147.

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>**ANEXO****Tabla 1. Diarios utilizados en la muestra de informaciones**

	Medio	Número de informaciones		Medio	Número de informaciones
1	20 Minutos	3	40	El País	5
2	ABC	12	41	El Periódico de Álava	3
3	Alerta Cantabria	1	42	El Periódico de Aragón	4
4	As	2	43	El Periódico de Catalunya	9
5	Cádiz Información	5	44	El Periódico Extremadura	5
6	Canarias 7	2	45	El Progreso	1
7	Deia	2	46	Europa Sur	1
8	Diari de Tarragona	2	47	Gara	4
9	Diario de Avisos	3	48	Heraldo de Aragón	2
10	Diario de Burgos	3	49	Hoy	1
11	Diario de Cádiz	2	50	Huelva Información	1
12	Diario de Ferrol	1	51	Ideal de Almería	8
13	Diario de Ibiza	2	52	Información	5
14	Diario de León	2	53	Jaén	1
15	Diario de Mallorca	3	54	Jerez Información	2
16	Diario de Navarra	1	55	La Gaceta de Salamanca	1
17	Diario de Pontevedra	1	56	La Mañana	1
18	Diario de Sevilla	3	57	La Opinión de Málaga	2
19	Diario de Soria	1	58	La Opinión de Murcia	5
20	Diario de Teruel	1	59	La Opinión de Zamora	2
21	Diario de Valencia	1	60	La Provincia de Las Palmas	2

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

22	Diario Palentino	6	61	La Razón	7
23	Diario de Ávila	5	62	La Región	1
24	Diario Málaga	7	63	La Rioja	6
25	El Adelantado de Segovia	3	64	La Verdad	10
26	El Adelanto de Salamanca	4	65	La Voz de Almería	1
27	El Comercio	1	66	La Voz de Arousa	1
28	El Correo de Andalucía	2	67	La Voz de Asturias	2
29	El Correo de Vizcaya	2	68	La Voz de Pontevedra	1
30	El Correo Gallego	1	69	Lanza	2
31	El Día de Córdoba	1	70	Las Provincias Valencia	3
32	El Día de Cuenca	2	71	Levante	2
33	El Día de Toledo	4	72	Marca	2
34	El Diario Montañés	4	73	Mediterráneo	12
35	El Diario Vasco	2	74	Odiel Información	1
36	El Faro de Ceuta	3	75	Segre	2
37	El Ideal Gallego	1	76	Sport	1
38	El Mundo	23	77	Sur	6
39	El Norte de Castilla	6	78	Última Hora	2
Total					257