

Historia y comunicación social

ISSN: 1137-0734

 EDICIONES
COMPLUTENSE<https://dx.doi.org/10.5209/hics.79159>

El Estado nos protege. Encuadre de la Covid-19 en los informativos de televisión estatales

Joaquín Sotelo González¹; Rafael Díaz Arias²; Claudia López Frías³

Recibido: 1 de octubre de 2020 / Aceptado: 28 de septiembre de 2021

Resumen. El Observatorio de la Calidad de la Información en Televisión (OCITV) analiza informativos de televisión de las cinco grandes cadenas españolas. Coincidiendo con las primeras semanas de la crisis del Covid-19 en España, incluyó entre sus parámetros de análisis el estudio del encuadre o *framing*. Se analiza el contenido de las diferentes comparecencias y ruedas de prensa tras el decreto de estado de alarma y de 812 piezas de 17 informativos. “El Estado nos protege” es el encuadre dominante tanto en los discursos institucionales como en los informativos. Ambos discursos comparten la llamada a la unidad y la confianza en los servicios públicos, pero se ofrecen también otras narrativas que representan los elementos más duros y negativos de la pandemia. En conjunto, un encuadre moderadamente negativo.

Palabras clave: encuadre; *framing*; covid-19; televisión; informativos.

[en] The state protects us. Framing Covid-19 in Spanish television news programmes

Abstract. The Observatory for the Quality of Information on Television (OCITV) analyses television news programmes from the five main channels. Coinciding with the first weeks of Covid-19 in Spain, it included amongst its analysis parameters a study of framing. This analysis takes into account content from different briefings and press releases during the first weeks following the state of alarm, as well as 812 pieces of 17 news programmes. “The state protects us” is the dominant framing both in institutional briefings and news programmes. The news programmes share with the institutional briefings the call to unity and confidence in the public services, but they also offer other narratives that represent the harder and more negative elements of the pandemic. Overall, a mildly negative framing.

Keywords: framing; Covid-19; television; news programmes; newscast.

Sumario. 1. Introducción. 1.1. Agenda *setting*, *priming* y *framing*. 1.2. Teoría del *framing*. 2. Objetivos. 3. Metodología. 4. Resultados. 4.1. Discursos y ruedas de prensa: resultados generales. 4.2. Pedro Sánchez anuncia el decreto de estado de alarma. 4.3. Pablo Casado apoya la declaración del estado de alarma. 4.4. Comparecencia y rueda de prensa de Pedro Sánchez tras la declaración del estado de alarma. 4.5. Comparecencia de Pablo Casado tras la comparecencia de Pedro Sánchez tras la declaración del estado de alarma. 4.6. Comparecencia y rueda de prensa de Pedro Sánchez en la que anuncia un paquete de medidas económicas. 4.7. Mensaje de Felipe VI. 4.8. El encuadre de los informativos de televisión estatales. 5. Conclusiones. 6. Referencias.

Cómo citar: Sotelo González, J.; Díaz Arias, R.; López Frías, C. (2021). El Estado nos protege. Encuadre de la Covid-19 en los informativos de televisión estatales. *Historia y comunicación social* 26(2), 617-642.

1. Introducción

Durante la fase más severa de confinamiento provocado por la pandemia del Covid-19 en España, los informativos de televisión lideraron el ranking como medio preferido por los ciudadanos para informarse (Masip *et al.*, 2020). Según datos de Barlovento Comunicación (2020), durante la primera semana de confinamiento (del 14 al 22 de marzo de 2020), cada individuo consumió en España diariamente 325 minutos de televisión, estableciendo así un nuevo récord histórico de consumo semanal. El consumo totalizado de marzo de 2020 fue de 4 horas y 44 minutos diarios por persona, 51 minutos más que el mes de marzo de 2019. La emisión más vista del mes correspondió precisamente a *La Sexta Noticias 20 h.* (14 de marzo de 2020), con 3.982.000 espectadores siguiendo en ese espacio televisivo el

¹ Universidad Complutense de Madrid
Email: jsotelo@ucm.es. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5116-4345>

² Universidad Complutense de Madrid
Email: diaz.r@ccinf.ucm.es. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3590-9463>

³ Universidad Complutense de Madrid
Email: claudia.lopez@ucm.es. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8812-8890>

momento en el que el presidente Pedro Sánchez declaraba el estado de alarma. No parece ya haber dudas sobre que la televisión fue la principal fuente de información para los españoles, independientemente de su edad, durante la crisis sanitaria del Covid-19 (Moreno, Fuentes-Lara y Navarro, 2020). Ha quedado también constatado el resurgimiento del protagonismo de los medios tradicionales, especialmente de la televisión, y la reconexión a las noticias de los ciudadanos más alejados de la información (Casero, 2020).

Los programas informativos son una potente forma de representación del mundo a través de imágenes y sonidos. En el actual entorno digital ya no tienen el monopolio de la construcción de la realidad socio-política, pero siguen siendo el medio con el que más personas se informan en España (CIS, 2017 y 2019) y, en muchos países, la ciudadanía tiene un alto grado de confianza en esta fuente informativa (Newman *et al.*, 2019). En los momentos más duros del impacto de la pandemia del Covid-19, la televisión ha sido la ventana prioritaria que nos ha permitido acceder a una amplia visión del mundo (Newman *et al.*, 2020). Los informativos de televisión tienen una indudable gran penetración e influencia social y son el paradigma de la información de actualidad (Díaz-Arias, 2006), por lo que resulta esencial conocer cómo los noticieros han representado la pandemia, con qué marcos o encuadres han presentado las noticias de la enfermedad.

El Observatorio de la Calidad de la Información en Televisión (OCITV) es un proyecto de investigación que lleva analizadas 5.323 piezas de más de 117 informativos de televisión de las cinco grandes cadenas nacionales españolas desde 2014. Sus integrantes –los analistas– son todos profesores universitarios expertos en información en televisión, muchos de ellos también con muy dilatadas trayectorias profesionales de decenios en el ámbito de los informativos televisivos. Nuestro universo de estudio son los programas informativos de televisión diarios. La muestra se limitó en el principio del proyecto a los informativos de las cinco cadenas generalistas de ámbito nacional de mayor audiencia (*TVE1, Antena 3, Cuatro, Telecinco y La Sexta*). Las muestras se componen con informativos de todos los días, incluidos fines de semana. La muestra se construye en dos oleadas anuales: 1) marzo y abril y 2) octubre y noviembre. En la parte de la muestra correspondiente a la oleada Covid que aquí analizamos no hay datos para *Cuatro*, puesto que esta cadena dejó de emitir informativos diarios como tal formato desde 2019.

El análisis del OCITV correspondiente a la primera oleada de 2020 coincidió con los acontecimientos derivados de los efectos de la pandemia del Covid-19 en nuestro país, por lo que el proyecto creó *ad hoc* una serie de parámetros específicos en el marco de su modelo de análisis para abordar una investigación sobre el encuadre o *framing* informativo de la enfermedad en las principales cadenas de televisión nacionales durante las dos primeras semanas de estado de alarma en España.

1.1. Agenda *setting*, *priming* y *framing*

Las teorías de la *agenda setting*, del *priming* y del *framing* son tres de las teorías más relevantes de los últimos cincuenta años en el ámbito de la investigación en Comunicación (Saperas, 1987; Bryant y Miron, 2004). Se trata de términos poco menos que ineludibles a la hora de estudiar los efectos cognitivos de la comunicación de masas que hunden sus raíces en el pasado siglo XX, pero cuya onda expansiva llega, si cabe revitalizada, hasta nuestros días.

Genéricamente, la teoría de la *agenda setting* (Cohen, 1963; McCombs y Shaw, 1972, 1977) se relaciona con el proceso de selección de temas que realizan los medios de comunicación (Sevenans y Vliegthart, 2016), lo que determina un “sobre qué pensar”. A partir de ese dirigismo de la atención pública hacia ciertos asuntos, surge la teoría del *priming media* (Iyengar, Peters y Kinder, 1982; Krosnick y Kinder, 1990; Jacobs y Shapiro, 1994), según la cual los medios pueden determinar en parte los estándares con que las personas hacemos evaluaciones sobre esos asuntos y adquirimos argumentos para decidir “qué pensar” (Weaver, 2007; Kinder, 2007). Por su parte, el *framing*, teoría en la que nos detendremos más en detalle a continuación, establece los mecanismos que marcan “cómo pensar”.

1.2. Teoría del *framing*

Para algunos autores que se han aproximado con cierta profundidad al estudio de esta herramienta conceptual de la investigación en comunicación (Johnston, 1995; Amadeo, 2002; Bryant y Miron, 2004; Sádaba, 2008; Vicente y López, 2009; Macedo, 2015), las primeras apariciones del concepto de *frame* se sitúan en obras del antropólogo Gregory Bateson (1972), pero será Erving Goffman (1974) quien, en el ámbito de la microsociología, plantee una definición más afinada del término *frame*, concibiéndolo básicamente como marco, encuadre o estructura cognitiva que guía tanto nuestra percepción de la realidad como la representación de la misma. Enmarcar o encuadrar (*to frame*) es seleccionar algunos aspectos de una realidad percibida y hacerlos sobresalir en un texto comunicativo de manera que se destaque una particular definición de un problema, una interpretación causal, una evaluación moral y/o una recomendación de tratamiento (Entman, 1993: 53).

El punto de partida común a cualquier investigación basada en *framing* es la identificación y el análisis de los encuadres mediáticos del discurso informativo (Van Gorp, 2007) con el objetivo de encontrar una estructura de interpretación general de la realidad en el marco de la cobertura informativa. Muñiz (2015: 74) apunta que el *frame* de una noticia es una estructura presente en el contenido informativo que dota a la noticia de cierto ángulo, foco,

perspectiva o tratamiento. Mediante el *framing*, las personas despliegan una conceptualización particular sobre una cuestión o reorientan su pensamiento sobre un tema. Ese componente relevante de enfoque particular (Sádaba, 2004) hace también que los hechos sean dispuestos por el periodista desde un enfoque determinado por influencias personales y profesionales.

2. Objetivos

El análisis de los informativos televisados a partir de la crisis del Covid-19 se justifica, en primer lugar, porque observar el proceder de los programas informativos en España forma parte de la idiosincrasia del OCITV; y, en segundo lugar, porque la televisión es una herramienta excepcional para conocer las preocupaciones de un país, especialmente ante un desafío de tal magnitud como una pandemia, un acontecimiento informativo enormemente relevante del que no existían precedentes y que provocó una extraordinaria atención de la audiencia.

Destaca que en el repaso de la investigación generada sobre comunicación y Covid-19, ni en España ni fuera de nuestro país se encuentran trabajos sobre cómo la televisión ha construido la narrativa de esta crisis, a pesar de su indiscutible relevancia social como medio de información y de formación de opinión. El interés de muchos investigadores parece centrarse ahora más en el entorno del online. Aquí radica, por tanto, uno de los objetivos generales prioritarios de nuestro estudio (O.1.): contribuir a colmar un injustificado e indeseable vacío en este ámbito de la investigación. Como objetivos más específicos de nuestro trabajo nos planteamos: (O.2.) analizar los temas y el encuadre (*framing*) o encuadres dominantes durante la crisis del Covid-19 en los discursos políticos emitidos en directo por los informativos durante las dos primeras semanas de estado de alarma en España; (O.3.) identificar diferencias en temas y encuadres en los antedichos discursos; (O.4.) analizar el encuadre o encuadres dominantes durante dicha crisis y periodo en los informativos de las principales cadenas de televisión en España y (O.5.) comparar los encuadres del discurso político con los del discurso mediático informativo televisivo.

3. Metodología

El OCITV propone un seguimiento continuo de la calidad de la información en televisión en España desde el año 2014. Nuestro universo de estudio son los programas informativos diarios de las cinco cadenas generalistas de ámbito nacional de mayor audiencia (*TVE1, Antena 3, Telecinco, La Sexta y Cuatro*, esta última hasta que en 2019 eliminó los informativos diarios y los sustituyó por un magazine informativo de tarde). Las muestras se componen con informativos de todos los días, incluidos fines de semana. Se toman las ediciones de mediodía y tarde-noche, excluyendo espacios matinales y de madrugada, de menor audiencia y, en general, tributarios de los contenidos de los informativos principales. Se analizan los informativos completos, de cabecera de entrada a cabecera de salida, excluyendo bloques publicitarios, espacios autónomos deportivos y meteorológicos. La unidad de análisis es la pieza informativa, entendida como una información individualizada en un formato de presentación, comúnmente: presentación a cámara; vídeo editado (VTR); colas (presentador cubierto por vídeo) y directo.

Por cada pieza informativa se cumplimenta en una plataforma tecnológica una ficha con las distintas variables y sus valores correspondientes. Nuestra ficha de codificación, inspirada en los trabajos de Galtung y Ruge (1965) y Fernández del Moral (2007), tiene entre 30 y 36 variables (algunas son dependientes de otras) y cada variable tiene múltiples valores de distinta naturaleza. Para el análisis de la oleada Covid-19 (marzo de 2020) creamos la variable “encuadre”, “enmarque” o *framing*. En la primera semana –del 9 al 15 de marzo de 2020– de nuestra oleada de análisis, pareció ya claro que la epidemia iba a ser el tema dominante y que cabía el análisis del encuadre de este fenómeno. De la observación de los informativos de esos días y de la apreciación de la opinión que se manifestaba en prensa, radio y magazines informativos, se obtuvieron los quince pares dicotómicos y normas para su identificación (Tabla 1). El par dicotómico número 15 (“problema nacional”/“problema internacional”) solo se aplica al análisis de los discursos, pero no de las piezas. Además, a cada encuadre que aparece en una pieza informativa se le añade una valoración, en una escala de 1 a 5 (1, muy negativo; 2, negativo; 3, neutro; 4, positivo; 5, muy positivo). Debe advertirse que estas valoraciones responden a la impresión subjetiva que el analista percibe, a diferencia del registro (totalmente objetivo) de datos. Esa percepción subjetiva de la valoración se forma a partir de las declaraciones que sobre el objeto de análisis se hacen, las locuciones informativas y las imágenes y sonidos de la pieza.

Tabla 1. Pares dicotómicos creados por el OCITV para el análisis del encuadre.

Pares dicotómicos	Descripción
1. El Estado nos protege/El Estado no nos protege	El Estado nos protege, moviliza todos sus recursos, los políticos comparecen y nos dicen que se toman medidas... / Los españoles en el extranjero quedan desasistidos, no se atiende a los más vulnerables...
2. China es el problema/China es la solución	Es un virus chino, si China no lo hubiera ocultado no habría pandemia, a partir de ahora nos va a dominar... / China ha sido eficaz en la lucha contra el virus, nos ayuda con suministros, va a conseguir una vacuna...
3. Consenso político/División política	Afirmaciones como “debemos dejar de lado las diferencias políticas” o de apoyo a las medidas por otras fuerzas políticas u otras administraciones públicas / Las críticas generales, las descalificaciones, los insultos...
4. El virus mata/El virus será vencido	El virus mata será el encuadre más frecuente (cifras constante de muertos, análisis sobre su letalidad, etc.) / El virus será vencido con las medidas tomadas, con nuevas vacunas o medicamentos, por su agotamiento...
5. Es una enfermedad de viejos/ Es una enfermedad que afecta a todos	Mata a los ancianos / Todos nos podemos contagiar, también mueren personas jóvenes...
6. Esto es una guerra/Esto no es una guerra	Muy frecuente la declaración “esto es una guerra” / Infrecuente, decir que no debemos confundir una pandemia con una guerra...
7. La ciencia nos salvará/La ciencia no nos salvará	Informaciones sobre vacunas, medicamentos, investigación, subrayando la importancia de seguir a la ciencia / La ciencia no tiene por ahora remedios...
8. La sanidad pública funciona/La sanidad pública no funciona	El esfuerzo de los sanitarios, las fortalezas del sistema, “una de las mejores sanidades del mundo” / El sistema no estaba preparado, falta material sanitario, no hay respiradores...
9. La UE funciona/La UE no funciona	La UE coordina medidas (cierre de fronteras, recomendaciones comunes) y adopta planes económicos / La UE no ha hecho nada, lo ha hecho tarde, la UE nos ha dejado solos...
10. Las fronteras se cierran/Las fronteras deben permanecer abiertas	Se cierran las fronteras, son imprescindibles los controles en las fronteras / Si se cierran las fronteras colapsa la globalización, deben abrirse cuanto antes...
11. Nada será igual/Todo seguirá igual	Cuando esto se acabe habrá que replantearnos todo... / Cuando se acabe volveremos a nuestra vida de siempre...
12. Tenemos miedo/No tenemos miedo	Declaraciones en un sentido u otro
13. Recesión evitable y superable/Recesión inevitable	Habrà una enorme recesión / Las medidas que se toman evitarán la recesión o nos permitirán salir pronto de ella...
14. Somos solidarios/Somos insolidarios	Todos unidos venceremos al virus, nos ayudamos, respetamos las normas, aplaudimos a los sanitarios / No cumplimos las normas, acaparamos productos, subimos precios...
15. Es un problema nacional/Es un problema internacional	El problema es español, nos afecta a nosotros... / El virus no entiende de fronteras, es una pandemia mundial...

Fuente: elaboración propia OCITV.

El análisis del encuadre tiene carácter cualitativo. El analista tiene que tener en cuenta los distintos elementos sonoros y visuales de la pieza (presentaciones, *in situ*s, locución, declaraciones, imagen, sonido, música...) para formar su apreciación. Por mucho que se definan elementos que caracterizan la información con un determinado encuadre, finalmente siempre habrá un factor subjetivo, imposible de eliminar.

En la Tabla 2 se reflejan los datos correspondientes a la muestra que analizamos, incluida la distribución por cadenas. Se trata de una muestra de análisis compuesta por 812 piezas de 17 informativos. En esta muestra correspondiente a la oleada Covid no hay datos para *Cuatro*, puesto que, como apuntábamos párrafos atrás, esta cadena dejó de emitir informativos diarios en 2019.

Tabla 2. Composición de la muestra de análisis (informativos y piezas).

	Número (informativos)	% N	Duración (segs.)	% D	Dmed (segs.)	Número (piezas)	%N	Duración (segs.)	% D	Dmed (segs.)
Total	17	100%	56.851	100%	3.344,18	812	100%	48.243	100%	59,41
Antena 3	4	24%	12.818	23%	3.204,50	178	22%	8.871	18%	49,84
La Sexta	4	24%	11.724	21%	2.931,00	159	20%	11.485	24%	72,23
Telecinco	5	29%	12.985	23%	2.597,00	246	30%	12.854	27%	52,25
TVE	4	24%	19.324	34%	4.831,00	229	28%	15.033	31%	65,65

Fuente: elaboración propia OCITV.

Los informativos analizados que componen la muestra de análisis son los siguientes (Tabla 3):

Tabla 3. Informativos que componen la muestra.

Cadena	Fecha	Edición	Aud. Med. (share)
La Sexta	16/03/2020	Vespertina	2.658.000 (14,9%)
	20/03/2020	Vespertina	2.202.000 (12,7%)
	24/03/2020	Vespertina	2.014.000 (12,1%)
	25/03/2020	Mediodía	2.048.000 (12,4%)
TVE	9/03/2020	Mediodía	1.533.000 (12,8%)
	13/03/2020	Mediodía	2.570.000 (16,8%)
	17/03/2020	Mediodía	2.216.000 (12,2%)
	21/03/2020	Mediodía	2.644.000 (14,3%)
Antena 3	10/03/2020	Vespertina	2.467.000 (15,1%)
	14/03/2020	Vespertina	2.376.000 (10,8%)
	18/03/2020	Vespertina	2.994.000 (14,2%)
	22/03/2020	Vespertina	2.622.000 (12,8%)
Telecinco	11/03/2020	Mediodía	1.961.000 (15,7%)
	12/03/2020	Vespertina	2.545.000 (15,1%)
	15/03/2020	Mediodía	2.983.000 (16,1%)
	19/03/2020	Mediodía	2.759.000 (15,4%)
	23/02/2020	Mediodía	2.903.000 (16,5%)

Fuente: elaboración propia OCITV.

Se estudia, por tanto, el período del 9 de marzo al 25 de marzo, que es crucial en el desarrollo de la pandemia y de su tratamiento informativo. La primera semana, sobre todo el día 9, los informativos siguen teniendo un contenido temático plural, pero poco a poco, en los días siguientes, la Covid-19 va ganando protagonismo hasta que, a partir del 10 de marzo, cuando el presidente del Gobierno, Pedro Sánchez, anuncia que se dispone a declarar el estado de alarma, los informativos son prácticamente monotemáticos. Las siguientes semanas serán las más duras de la pandemia, con la población confinada y la cifra de contagios y muertos creciendo exponencialmente día a día. Nuestra investigación permite establecer el encuadre de la enfermedad en un período decisivo.

4. Resultados

4.1. Discursos y ruedas de prensa: resultados generales

Al proceder al análisis de los informativos se encontraron una serie de conexiones en directo a comparecencias, ruedas de prensa y discursos políticos que fueron eliminados de la muestra de piezas, pues su estructura y duración no correspondían con la normal de una pieza de un informativo. Se trata de seis piezas: tres comparecencias del presidente del Gobierno Pedro Sánchez; dos de Pablo Casado (inmediatamente posteriores a las de Pedro Sánchez) y un discurso del Rey Felipe VI.

Se han analizado los temas (Tabla 4) y los encuadres (Tabla 5) de estos discursos. Para la identificación de temas se han realizado vaciados de los discursos y se han extraído titulares sintéticos de su contenido. Para los encuadres se ha utilizado la relación general aplicada al análisis de las piezas (Tabla 1), pero se ha añadido un nuevo par dicotómico que aparecía de manera muy clara: “Es un problema nacional/Es un problema internacional”. En total se plantean 215 temas y el número de temas por discurso se correlaciona con la duración de los discursos: a mayor duración, más temas (Tabla 4).

Tabla 4. Resultados generales del análisis de discursos y ruedas de prensa (temas).

<i>Discurso</i>	N. de temas
17/03/20 Comparecencia y rueda de prensa de Pedro Sánchez en la que anuncia un paquete de medidas económicas (3.360 <u>segs.</u>)	79
14/03/20 Comparecencia y rueda de prensa de Pedro Sánchez tras la declaración del Estado de Alarma (3.116 <u>segs.</u>)	56
13/03/20 Comparecencia de Pedro Sánchez en la que anuncia el Estado de Alarma (372 <u>segs.</u>)	25
14/03/20 Comparecencia de Pablo Casado después de la comparecencia de Pedro Sánchez (201 <u>segs.</u>)	23
18/03/20 Mensaje del Rey Felipe VI (541 <u>segs.</u>)	19
13/03/20 Comparecencia de Pablo Casado después del anuncio de Estado de Alarma (212 <u>segs.</u>)	13
Suma total	215

Fuente: elaboración propia OCITV.

Tabla 5. Resultados generales del análisis de discursos y ruedas de prensa (encuadres).

<i>Discurso</i>	N. de encuadres
14/03/20 Comparecencia y rueda de prensa de Pedro Sánchez tras la declaración del Estado de Alarma (3.116 <u>segs.</u>)	20
17/03/20 Comparecencia y rueda de prensa de Pedro Sánchez en la que anuncia un paquete de medidas económicas (3.360 <u>segs.</u>)	17
18/03/20 Mensaje de Felipe VI (541 <u>segs.</u>)	14
13/03/20 Comparecencia de Pedro Sánchez en la que anuncia el Estado de Alarma (372 <u>segs.</u>)	13
14/03/20 Comparecencia de Pablo Casado después de la comparecencia de Pedro Sánchez (201 <u>segs.</u>)	11
13/03/20 Comparecencia de Pablo Casado después del anuncio de Estado de Alarma (212 <u>segs.</u>)	7
Suma total	82

Fuente: elaboración propia OCITV.

De entre todos los encuadres identificados, dominan los positivos (Gráfico 1), con el de “El Estado nos protege” (18,56%) como el más frecuente; seguido de “Somos solidarios” (14,78%); de “Consenso político” (9,43%) y de “El virus será vencido” (8,49%). Los negativos son: “Esto es una guerra” (6,91%); “Recesión inevitable” (3,46%); “El virus mata” (2,20%); “División política” (2,20%); “Tenemos miedo” (0,94%) y “Somos insolidarios” (0,94%). En total, un 16,65% de los encuadres son negativos.

Gráfico 1. Encuadres de todos los discursos.



Fuente: elaboración propia OCITV.

4.2. Pedro Sánchez anuncia el decreto de estado de alarma

La comparecencia de Pedro Sánchez del 13 de marzo de 2020 en la que anuncia que el Consejo de Ministros decretará el estado de alarma es una comparecencia corta (6' 12'') y dramática. Se trata del primer reconocimiento oficial de una situación gravísima, que va a exigir una medida tan excepcional como la declaración del estado de alarma. No hay preguntas. El tema dominante (Tabla 6) es "Todos los esfuerzos sanitarios nacionales e internacionales van orientados a proteger especialmente a mayores y personas con dolencias previas" (8,57%). Se insiste en que es un combate que libra todo el mundo; en que hay que seguir las recomendaciones de los expertos y ampararnos en la ciencia; en los sanitarios como primer escudo; en la necesidad de movilizar todos los recursos para responder a la emergencia social y económica y se invoca a la responsabilidad de todos, especialmente de los jóvenes. En este primer discurso se acuña un lema, que será uno de los más repetidos (oficialmente) durante marzo y abril: "Este virus lo pararemos unidos". Puede decirse que en esta comparecencia están los mensajes seminales que el Gobierno reiterará (y a veces remodelará) a lo largo de las semanas más duras de la pandemia.

Tabla 6. Temas de la comparecencia de Pedro Sánchez (anuncio de estado de alarma).

Tema	13/03/20 Comparecencia de Pedro Sánchez en la que anuncia el Estado de Alarma
Todos los esfuerzos sanitarios nacionales e internacionales van orientados a proteger especialmente a mayores y personas con dolencias previas	8,57%
Un combate que libra todo el mundo	5,71%
Tenemos el deber personal y la responsabilidad de seguir a rajatabla las recomendaciones de los expertos y colaborar unidos para vencer al virus con disciplina social	5,71%
Superaremos esta emergencia amparándonos en el consejo de la Ciencia	5,71%
Responder a la emergencia social y económica	5,71%
Movilización de recursos para todos los ciudadanos, pero especialmente para mayores y con problemas previos	5,71%
Los profesionales de la salud son el primer escudo y hay que agradecerse	5,71%
Este virus lo pararemos unidos	5,71%
Conseguiremos superarlo si permanecemos unidos y cumpliendo cada cual con nuestro deber	5,71%
Vamos a para el virus. Eso es seguro	2,86%
Nos esperan semanas muy duras	2,86%
Mensaje a los mayores y personas con enfermedades crónicas para que se protejan	2,86%
La victoria depende de cada uno de nosotros	2,86%
La misión de las autoridades es ayudar a los sanitarios	2,86%
La colaboración de los jóvenes es decisiva para cortar los contagios	2,86%
En presidente anuncia el Estado de Alarma	2,86%
El virus es una amenaza que no entiende de fronteras	2,86%
El presidente explica qué es el Estado de Alarma	2,86%
El presidente da el porqué del Estado de Alarma	2,86%
El heroísmo depende de uno mismo. Protegerse uno mismo para proteger al conjunto de la ciudadanía	2,86%
El Gobierno va a proteger a todos	2,86%
Desde el Gobierno de España haremos lo que haga falta, cuando haga falta y donde haga falta	2,86%
Decisiones futuras del Consejo de Ministros	2,86%
Comunicar la decisión al Congreso y a los presidentes autonómicos	2,86%
Agradece el esfuerzo de los presidentes autonómicos	2,86%
Suma total	100,00%

Fuente: elaboración propia OCITV.

Respecto a los encuadres de este discurso de Pedro Sánchez (Gráfico 2), dominan claramente los encuadres positivos, sobre todo el de “El Estado nos protege” (25,86%) y “Somos solidarios” (14,29%). Se registran muy pocos encuadres negativos, apenas dos: “Esto es una guerra” (11,43%) y “El virus mata” (2,86%), que sumados suponen solo un 14,29% de los encuadres del discurso.

Gráfico 2. Encuadres de la comparecencia de Pedro Sánchez (anuncio de estado de alarma).



Fuente: elaboración propia OCITV.

4.3. Pablo Casado apoya la declaración del estado de alarma

Inmediatamente después de la comparecencia de Pedro Sánchez en la que anuncia la declaración del estado de alarma, los informativos conectan con la sede del Partido Popular (PP) en la calle Génova, donde su secretario general, Pablo Casado, hace una declaración institucional (3' 42'') en la que respalda la declaración del estado de alarma y ofrece la colaboración de su partido al Gobierno. El tema dominante (Tabla 7) es "Respaldaremos al Gobierno para aprobar las medidas urgentes y necesarias que contengan la expansión de esta pandemia" (19'05%), pero el segundo es "Las propuestas del Consejo de Ministros eran insuficientes y era necesario un mando único ante una crisis como la que estamos viviendo en España" (14,29%), una crítica al Gobierno por no haber adoptado unas medidas que serían más tarde radicalmente impugnadas, cuando el Ejecutivo reiterara la solicitud de prórrogas del estado de alarma. Salvo la crítica al Consejo de Ministros por no centralizar antes el control de la crisis, mensaje reforzado con frases como "El control de una pandemia no atiende a límites territoriales, administrativos o competenciales", el tono de este primer discurso de Casado es muy conciliador y predominan los mensajes de apoyo. También destacan las apelaciones raciales: "como siempre hemos hecho como país", "una gran nación", "todos los recursos de este país", "sanidad española"...

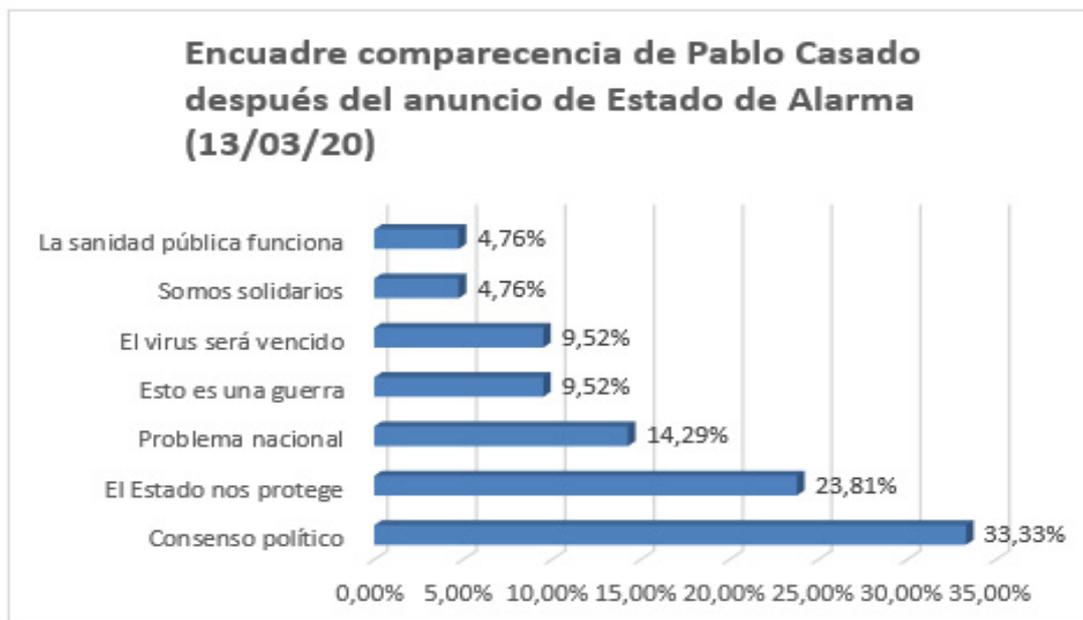
Tabla 7. Temas de la comparecencia de Pablo Casado (apoyo estado de alarma).

Tema	13/03/20 Comparecencia de Pablo Casado después del anuncio de Estado de Alarma
Respaldaremos al Gobierno para aprobar las medidas urgentes y necesarias que contengan la expansión de esta pandemia	19,05%
Las propuestas del Consejo de Ministros eran insuficientes y era necesario un mando único ante una crisis como la que estamos viviendo en España	14,29%
Si hace falta prorrogar el Estado de Alarma durante más de quince días contará con el apoyo del Partido Popular	9,52%
Es el momento de apoyar medidas extraordinarias para situaciones extraordinarias	9,52%
Apoyamos la declaración del Estado de Alarma que ha anticipado el presidente del Gobierno	9,52%
Superaremos la crisis con responsabilidad, con sacrificio y con solidaridad como siempre hemos hecho como país	4,76%
Somos una gran nación y superaremos esta crisis	4,76%
Sin firmeza no podríamos ganar esta batalla	4,76%
El presidente del Gobierno contará a partir de mañana con todos los recursos de este país	4,76%
El Partido Popular respalda los instrumentos con los que cuenta el Gobierno	4,76%
El control de una pandemia no atiende a límites territoriales, administrativos o competencias	4,76%
Apoyo a los profesionales de la sanidad española por su enorme esfuerzo	4,76%
Suma total	100,00%

Fuente: elaboración propia OCITV.

El encuadre dominante en el primer discurso de Pablo Casado (Gráfico 3) es el “Consenso político” (33,33%), seguido por el de “El Estado nos protege” (23,81%). El 76,18% del discurso presenta encuadres positivos. Solo “Esto es una guerra” (9,52%) rompe esa dinámica optimista. Destaca que mientras que Pedro Sánchez incide en que la pandemia es un “problema internacional”, Pablo Casado pone el acento en que se trata de un “problema nacional”.

Gráfico 3. Encuadres de la comparecencia de Pablo Casado (apoyo estado de alarma).



Fuente: elaboración propia OCITV.

4.4. Comparecencia y rueda de prensa de Pedro Sánchez tras la declaración del estado de alarma

Se trata de una comparecencia de casi 53 minutos, que inaugura un formato que se va a repetir a lo largo de todo el estado de alarma, casi siempre en domingo a las tres de la tarde (y, por tanto, haciendo incursión en los informativos de mediodía de *Antena 3*, *Telecinco* y *TVE*). Tras las declaraciones a cámara del presidente se produce una rueda de prensa. Aquel 14 de marzo, la comparecencia se fue retrasando durante todo el día, a la espera de que terminara el Consejo de Ministros que declaró el estado de alarma y, finalmente, se produjo exactamente a las 9 de la noche, de lo que puede colegirse la intención de comparecer ante la audiencia de los informativos. La rueda de prensa posterior a la declaración fue la primera virtual, filtrados los periodistas participantes por el secretario de Estado de Comunicación, Miguel Ángel Oliver, circunstancia posteriormente corregida ante el aluvión de críticas y sustituida por un sistema rotatorio para que todos los medios y periodistas preguntaran al presidente.

En esta segunda gran declaración de Pedro Sánchez se reiteran los mensajes de la primera comparecencia: “problema internacional” y distintas variables de “El Estado nos protege” (Tabla 8). Se enuncian los elementos más importantes del estado de alarma. Ya en la rueda de prensa, más que dar respuestas concretas, el presidente insiste en los mismos mensajes de la declaración. El tema dominante es “Una pandemia mundial que supone un serio perjuicio para los ciudadanos. Una crisis sanitaria, económica y social a la que vamos a responder con excelencia y rigor científico” (4,55%). Destacan las apelaciones a la Ciencia como guía, que se reiteran con diversas fórmulas (“seguimos los criterios de quienes tienen mayor conocimiento sobre epidemias y pandemias”, “según los expertos”, “apoyo a la investigación”...). Las medidas de excepción se justifican con el mensaje “Nuestra misión es proteger a los españoles y ganar al virus” (2,27%). Son reiteradas las invocaciones a los ciudadanos para que se queden en casa y mantengan la distancia social. Los mensajes más políticos van dirigidos a los presidentes autonómicos: “Los presidentes autonómicos deberán dejar sus diferencias atrás y situarse detrás del Gobierno de España para vencer al virus. No hay colores políticos ni ideologías” (1,14%).

Tabla 8. Temas de la comparecencia y rueda de prensa de Pedro Sánchez (tras estado de alarma).

Tema	14/03/20 Comparecencia y rueda de prensa del presidente del Gobierno tras la declaración del Estado de Alarma
Una pandemia mundial que supone un serio perjuicio para los ciudadanos. Una crisis sanitaria, económica y social a la que vamos a responder con excelencia y rigor científico.	4,55%
Todos los medios sanitarios públicos y privados se ponen a disposición del ministro de Sanidad	3,41%
Podremos volver a todas nuestras rutinas, nos recuperaremos social y económicamente y volveremos a la normalidad	3,41%
La batalla es reducir el virus y eliminarlo todos unidos	3,41%
El impacto económico y social será de envergadura, pero daremos respuesta a las realidades que surgirán como consecuencia del Estado de Alarma	3,41%
Unión, solidaridad, cohesión y diálogo territorial en todo momento porque el virus no distingue ideologías ni territorios ni colores. La unidad de acción es indispensable.	2,27%
Unidos venceremos al virus	2,27%
Todo pasará y avanzaremos	2,27%
Tenemos que dar una respuesta no solo a nivel estatal, sino también global, como dice la OMS	2,27%
Tenemos las ideas claras, estamos preparados y no nos va a temblar la mano para ganar al virus.	2,27%
Si nos quedamos en casa frenaremos la expansión del covid-19	2,27%
Según los expertos de Asia y de Europa solo venceremos al virus primero conteniendo su propagación para su erradicación con distanciamiento social	2,27%
Nuestra misión es proteger a los españoles y ganar al virus	2,27%
Medidas para paliar los efectos económicos y sociales del Estado de Alarma	2,27%
Medidas de apoyo a la investigación de la vacuna contra el virus	2,27%
Los mayores son los que más necesitan nuestra ayuda y debemos estar a la altura	2,27%
La victoria será total cuando contemos con una vacuna que evite futuras pandemias	2,27%

La mayor parte de la ciudadanía va a querer cumplir con las restricciones para acabar con la pandemia y recuperar la cotidianidad	2,27%
La declaración del Estado de Alarma afecta a todo el territorio español	2,27%
Hemos tomado todas las decisiones en función de la ciencia y los expertos en pandemias como la que está sufriendo el mundo, primero en Asia y ahora en Europa	2,27%
Garantizar la equidad en todo el territorio español	2,27%
Esta es una batalla que vamos a ganar seguro	2,27%
España tiene la capacidad de levantarse	2,27%
El sistema de Salud público es nuestro primer escudo contra la enfermedad	2,27%
Cuanto más vidas y enfermos nos ahorremos y menos tiempo sacrifiquemos más rotunda será la victoria	2,27%
Ante un problema común hay que dar una respuesta común, independiente de ideologías y territorios	2,27%
Trasladaré las medidas a los presidentes autonómicos y escucharé sus sugerencias	1,14%
Seguimos los criterios de quienes tienen mayor conocimiento sobre epidemias y pandemias	1,14%
Que nadie dude que lo vamos a conseguir	1,14%
Pondremos al servicio todos los recursos civiles, militares, públicos y privados	1,14%
Nuestra economía se recuperará con fortaleza	1,14%
No voy a tener ningún problema en comunicar a todos los partidos políticos y a los presidentes autonómicos toda la información y todas las medidas y también escucharles y hablar con todos los colectivos	1,14%
No hay nada más que dañe el ánimo de una persona que la amenaza de algo desconocido, pero debemos actuar con unidad, responsabilidad y disciplina social	1,14%
Mañana esto habrá pasado	1,14%
Los profesionales de la salud sois ejemplo de heroicidad con vuestra entrega y con vuestro trabajo	1,14%
Los profesionales de la salud nos protegen a todos	1,14%
Los presidentes autonómicos deberán dejar sus diferencias atrás y situarse detrás del Gobierno de España para vencer al virus. No hay colores políticos ni ideologías.	1,14%
Los cuerpos y fuerzas de seguridad del Estado quedan bajo las órdenes del ministro del Interior	1,14%
Los ciudadanos son los transmisores y hay que hacer un ejercicio de responsabilidad quedándonos en casa	1,14%
Las medidas son drásticas y tendrán consecuencias	1,14%
Las compañías aéreas restringirán su tráfico un 50%	1,14%
La crisis es dinámica y tenemos que adaptar los instrumentos del Estado a los cambios	1,14%
Hay que defender a los que más van a sufrir esta situación	1,14%
Esto es una pandemia global que comenzó en Asia y que ahora está en Europa y que tenemos que frenar	1,14%
Estamos trabajando y cooperando también con el resto de presidentes europeos	1,14%
Esperamos que antes que después podamos decretar el fin del Estado de Alarma para volver a una cotidianidad que tardaremos tiempo en ver	1,14%
España se enfrenta a una emergencia de salud pública que requiere decisiones extraordinarias	1,14%
En ocasiones somos 17 autonomías, pero debemos ser el gran país que somos. Vamos a dar una respuesta conjunta.	1,14%
El Gobierno garantiza el suministro alimentario, el de energía y los servicios esenciales	1,14%
El Estado puede intervenir recursos	1,14%
El enemigo que hay que combatir es la pandemia y el virus	1,14%

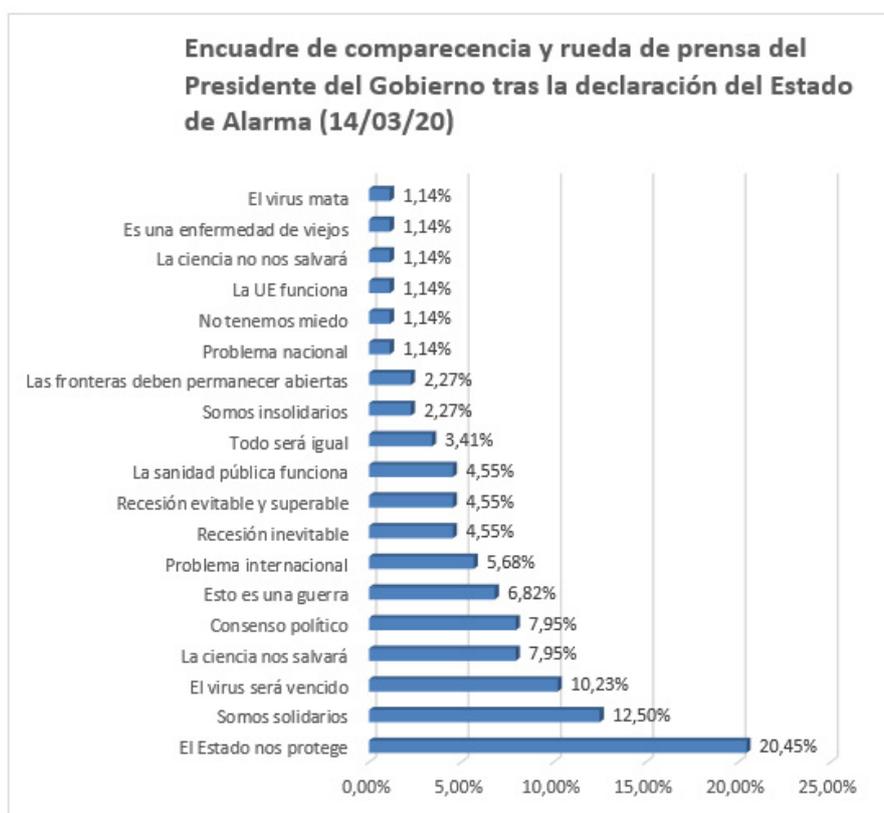
Cualquier español que tenga domicilio en España puede regresar sin ningún problema	1,14%
Agradecimientos a todos: a la cultura, los donantes, las fuerzas de seguridad, las madres, etc.	1,14%
Administraciones, mayores, jóvenes y cada ciudadano tienen responsabilidad para cuidarse a sí mismos y al resto de la sociedad	1,14%
Actuemos unidos con sentido de comunidad. Sé que somos capaces	1,14%
Activación del mecanismo constitucional del Estado de Alarma	1,14%

Fuente: elaboración propia OCITV.

Destaca el énfasis de Sánchez en el concepto de lo público. Frente a la “sanidad española” de Casado del día anterior, Sánchez opta por “sanidad pública”. También llama la atención cierta confusión entre los conceptos de Estado y de Gobierno según de lo que se trate: “El Gobierno garantiza el suministro”, pero “El Estado puede intervenir recursos”.

Traducidos los temas y mensajes a encuadres (Gráfico 4), el dominante vuelve a ser “El Estado nos protege” (20,45%), por delante de “Somos solidarios” (12,50%); “El virus será vencido” (10,23%); “La ciencia nos salvará” (7,95%) y “Consenso político” (7,95%). Los encuadres dominantes de la segunda gran comparecencia de Pedro Sánchez varían poco respecto a los de la primera, salvo que ahora eclosiona fuertemente “La ciencia nos salvará”. Los encuadres negativos alcanzan un 15,92%, un porcentaje ligeramente superior al de la primera comparecencia (14,29%). “Esto es una guerra” (6,82%) y “Recesión inevitable” (4,55%), que no aparecía en su primer discurso, encabezan la lista de los encuadres negativos. El presidente comienza aquí a apuntar y reconocer, si bien tenuemente, los riesgos de recesión (económica) derivados de la pandemia. Sigue insistiendo en la internacionalidad del problema.

Gráfico 4. Encuadres de la comparecencia y rueda de prensa de Pedro Sánchez (tras estado de alarma)



Fuente: elaboración propia OCITV.

4.5. Comparecencia de Pablo Casado tras la comparecencia de Pedro Sánchez tras la declaración del estado de alarma

Apenas dos minutos después del final de la comparecencia y rueda de prensa de Pedro Sánchez del 14 de marzo, se produce desde la sede central de su partido en Madrid una declaración del secretario general del PP, Pablo Casado. Se trata de una intervención corta (3' 21"), en la que Casado reafirma el apoyo al estado de alarma (“Respaldo del PP al decreto extraordinario del Gobierno de Sánchez sin ni siquiera conocer su contenido”, 3,33%), pero en un tono muy distinto al de la comparecencia del día anterior. Se abre con varios mensajes de empatía (Tabla 9): “Recuerdo a los que han perdido el empleo y a las familias que están atravesando graves dificultades. El Estado debe volcarse

con ellos”, (6,67%); “Admiración y gratitud a los profesionales sanitarios que dan la batalla en hospitales y centros de salud” (6,67%); “queremos recordar a los pacientes de esta enfermedad y a las familias de las víctimas que no lograron superarla” (6,67%); “taxistas, hosteleros, restauradores se están volcando generosamente y gratis con los más afectados” (3,33%); etc. Pero el núcleo del discurso son duras críticas al Gobierno, mensajes seminales que marcarán a partir de este momento la línea política y comunicativa del PP.

Tabla 9. Temas de la comparecencia de Pablo Casado (tras la comparecencia de Pedro Sánchez tras la declaración del estado de alarma).

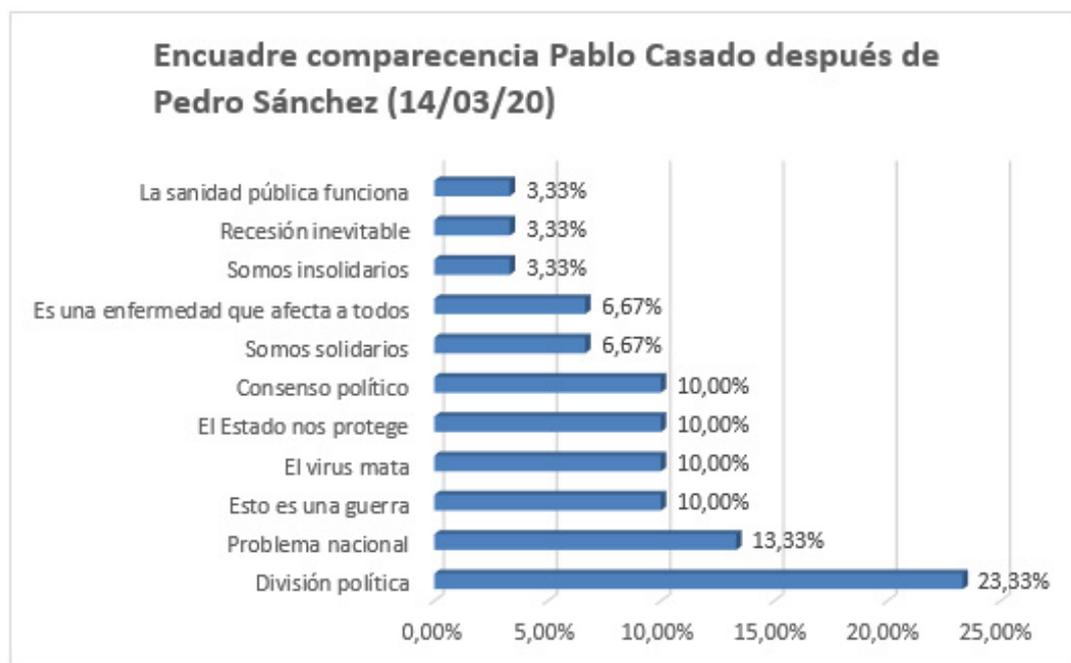
<i>Tema</i>	14/03/20 Comparecencia de Pablo Casado después de la comparecencia de Pedro Sánchez
Una pandemia que podría costar miles de vidas en España	6,67%
Recordar a los que han perdido el empleo y a las familias que están atravesando graves dificultades. El Estado debe volcarse con ellos	6,67%
Queremos recordar a los pacientes de esta enfermedad y a las familias de las víctimas que no lograron superarla	6,67%
Que nadie se desvíe las instrucciones que están adoptando todas las instituciones del Estado	6,67%
La oposición está actuando con responsabilidad y sentido de Estado a diferencia de lo que hicieron con nosotros cuando estábamos en el Gobierno	6,67%
Estemos donde estemos no bajemos la guardia	6,67%
Admiración y gratitud a los profesionales sanitarios que dan la batalla en hospitales y centros de salud	6,67%
Un enemigo invisible que debe combatirse desde el confinamiento personal y el alejamiento social	3,33%
Taxistas, hosteleros, restauradores se están volcando generosamente y gratis con los más afectados	3,33%
Sánchez está encontrando más lealtad en el PP que en sus socios de investidura	3,33%
Respaldo del PP al decreto extraordinario del Gobierno de Sánchez sin ni siquiera conocer su contenido	3,33%
No se puede pedir unidad a la oposición cuando el Gobierno está dividido	3,33%
No se puede pedir disciplina social mientras el vicepresidente del Gobierno se salta la cuarentena ante toda España	3,33%
Militares, policías, farmacéuticos, alimentación, transportes ... cuidarán también de nosotros	3,33%
La actuación de Sánchez el 8M fue una negligencia dolosa pero no es ahora el momento de dirimir responsabilidades políticas	3,33%
Improvisación e incapacidad de reacción del Gobierno	3,33%
Hay muchas vidas en juego	3,33%
Han tenido que celebrar tres Consejos de Ministros en cuatro días para tomar medidas que le habíamos reclamado hace semanas	3,33%
En cambio, yo y los presidentes autonómicos del PP actuaremos con lealtad institucional	3,33%
El retraso de actuación de Sánchez ha tenido ya consecuencias en la propagación de la pandemia por todo el territorio nacional	3,33%
El Gobierno ha mostrado una profunda división interna	3,33%
Desafío de dos presidentes nacionalistas autonómicos tratando de limitar la capacidad de acción del Gobierno	3,33%
Apelo a la responsabilidad de todos los españoles y a la solidaridad con quien más lo necesite	3,33%
Suma total	100,00%

Fuente: elaboración propia OCITV.

Pablo Casado aprovecha en notable medida este discurso para contextualizarlo en las circunstancias estrictamente políticas del momento: “Sánchez está encontrando más lealtad en el PP que en sus socios de investidura”; “No se puede pedir unidad a la oposición cuando el Gobierno está dividido”; “No se puede pedir disciplina social mientras el vicepresidente del Gobierno se salta la cuarentena ante toda España”; “La actuación de Sánchez el 8M fue una negligencia dolosa”. Y elude incluso semánticamente cualquier reforzamiento del Gobierno: “Que nadie se desvíe de las instrucciones que están adoptando todas las instituciones del Estado”.

En términos de encuadre (Gráfico 5), el dominante en la intervención de Casado es “División política” (23,33%). Es muy significativo que el día anterior el encuadre dominante fuera “Consenso político” (33,33%). Si consideramos negativo “División política”, un 50% de los encuadres son negativos, cuando el día anterior el 76,18% del discurso de Casado presentaba encuadres positivos. Sigue insistiendo mucho en que se trata de “un problema nacional” (13,33%). Y “Recesión inevitable” (3,33%) comienza a ser un encuadre relevante para Casado.

Gráfico 5. Encuadres de la comparecencia de Pablo Casado (tras la comparecencia de Pedro Sánchez tras la declaración del estado de alarma)



Fuente: elaboración propia OCITV.

4.6. Comparecencia y rueda de prensa de Pedro Sánchez en la que anuncia un paquete de medidas económicas

El presidente del Gobierno comparece de nuevo el 17 de marzo, después de que el Consejo de Ministros aprobara un paquete de medidas económicas que el propio Sánchez evaluó en 200.000 millones de euros. Es la más larga de las comparecencias analizadas (56 minutos) y se estructura en una declaración seguida de rueda de prensa. Las deliberaciones del Consejo de Ministros se habían prolongado y el presidente aparece interrumpiendo los informativos de mediodía en su última parte.

Resulta llamativo que, pese a que la comparecencia tiene como objeto explicar las medidas económicas adoptadas, los mensajes carecen de concreción. El tema dominante es el conocido “si somos solidarios y estamos unidos, venceremos” (5,31%). Los temas más repetidos (Tabla 10) son los mensajes del Estado protector, que podrían resumirse, por todos, en este: “Todos van a encontrar el apoyo del Gobierno y el Estado va a asumir el frenazo coyuntural de la economía española” (1,77%). Aparecen temas de empatía, no tan explícitos en anteriores declaraciones de Sánchez (“los sanitarios se dejan la piel” (1,77%); “deseos de recuperación para los enfermos” (0,88%); “condolencias a las familias y amigos de los fallecidos” (0,88%). Están presentes las invocaciones al consenso político [“necesitamos unos presupuestos de reconstrucción social y económica” (2,65%); “pediré el apoyo de todos los partidos políticos para una tarea nacional” (0,88%)] y afirmación insistente de la unidad del Gobierno, quizá reactivamente al discurso de Casado del día 14. Muy significativos son los mensajes que reconocen haber pedido ayuda a China y, sobre todo, los que ponen a la Unión Europea como elemento central de solución de la crisis: “La UE debe proteger al conjunto de economías europeas” (1,77%); “la UE debe apoyar con recursos ahora

y luego para revitalizar a Europa” (1,77%). De nuevo se registra una notable invocación a la ciencia: “La victoria será total cuando dispongamos de una vacuna” (2,65%).

Tabla 10. Temas de la comparecencia y rueda de prensa de Pedro Sánchez en la que anuncia un paquete de medidas económicas

<i>Tema</i>	17/03/20 Sánchez anuncia medidas económicas
si somos solidarios y estamos unidos, venceremos	5,31%
necesitamos unos presupuestos de reconstrucción social y económica	2,65%
la victoria será total cuando dispongamos de una vacuna	2,65%
vamos a movilizar hasta 200 mil millones de euros	1,77%
todos van a encontrar el apoyo del Gobierno y el Estado va a asumir el frenazo coyuntural de la economía española	1,77%
todas las medidas tienen un basamento científico y con ellas venceremos al virus	1,77%
tenemos un sistema de salud formidable	1,77%
tenemos que reforzar nuestro sistema de salud	1,77%
tenemos que ir adaptándonos en todo el mundo	1,77%
tenemos que frenar la curva descendente del empleo y la producción	1,77%
refuerzo de la investigación científica para vacuna y curas	1,77%
permanezcamos en casa, lavado de manos, distancia social, paciencia y resistencia y venceremos	1,77%
necesitamos la colaboración de todos los actores económicos	1,77%
los sanitarios se dejan la piel	1,77%
las medidas están afectando económica y socialmente en España y globalmente	1,77%
las medidas afectan en lo económico en España y en el conjunto de países	1,77%
La UE debe proteger al conjunto de economías europeas	1,77%
la UE debe apoyar con recursos ahora y luego para revitalizar a Europa	1,77%
la pandemia pasará cuando todos hagamos nuestros deberes	1,77%
la muralla está en cada uno de nosotros y lo venceremos unidos	1,77%
hacer todos todo lo que haga falta hasta vencer al virus	1,77%
estaremos cerca de la victoria cuando los contagios caigan en picado	1,77%
esta crisis es temporal y todos tenemos que adaptarnos solidariamente: arrendatarios, empleadores...	1,77%
Es un desafío global en un camino plagado de sombras y con pocas certezas	1,77%
el primer logro sanitario será doblegar la curva de contagios	1,77%
El Estado estará ahí para todos, pero todos debemos ser empáticos y solidarios	1,77%
el Banco Central Europeo ha puesto un programa para la UE	1,77%
debemos forjar un escudo económico y social desde los poderes públicos	1,77%
vamos a intentar pactar los presupuestos con todas las fuerzas políticas	0,88%
un plan de choque sin precedentes en la democracia española para que nadie quede atrás	0,88%

todos tenemos una misión	0,88%
todos tenemos que cumplir las reglas y actuar con responsabilidad y con disciplina social	0,88%
todos somos uno	0,88%
todos los países del mundo se están viendo sometidos a esta durísima prueba	0,88%
todos los países cometen errores	0,88%
todos debemos contribuir a parar el virus	0,88%
toda la sociedad está poniendo de su parte	0,88%
situación sanitaria sin precedentes en todo el mundo	0,88%
seguir criterios científicos y de expertos	0,88%
se requieren medidas excepcionales para proteger la salud, la economía y la sociedad	0,88%
se ha cursado petición de ayuda a China para que aporte material sanitario	0,88%
reunión con todos los presidentes autonómicos y líderes de partidos y agentes sociales	0,88%
relanzaremos la economía cuando la emergencia quede atrás	0,88%
protección a los más vulnerables	0,88%
pediré el apoyo de todos los partidos políticos para una tarea nacional	0,88%
pedimos a los empresarios que no despidan	0,88%
orgullosos de nuestro sistema sanitario	0,88%
nadie será desahuciado	0,88%
nadie se va a quedar atrás	0,88%
medidas para incentivar la investigación de la vacuna	0,88%
medidas de apoyo a los autónomos	0,88%
los sanitarios se entregan con profesionalidad	0,88%
las administraciones deben proveer de recursos	0,88%
la misión de los sanitarios es librar la batalla en primera línea	0,88%
la conducta social está siendo modélica	0,88%
la caída debe venir seguida de una recuperación en V	0,88%
esto es una crisis coyuntural, temporal, que superaremos	0,88%
es una crisis temporal que será superada	0,88%
El virus no distingue y golpea a todos	0,88%
el pueblo español es ejemplar y comprometido	0,88%
el Gobierno de coalición funciona	0,88%
el Gobierno aprobará un decreto como escudo social y económico	0,88%
El Gobierno agradece la colaboración de todos	0,88%
El Gobierno actúa unido	0,88%
el Estado será el garante de las líneas de crédito	0,88%

el Estado puede llegar, pero todos pueden hacer muchas cosas si hacemos una cadena de solidaridad	0,88%
el Estado de Alarma debe durar lo menos posible para volver a nuestra normalidad	0,88%
el enemigo no está en la puerta, entró ya en la ciudad	0,88%
Deseos de recuperación para los enfermos	0,88%
debemos ser comprensivos con los demás	0,88%
debemos seguir las indicaciones de los expertos	0,88%
debemos recuperar el vigor para volver a la normalidad	0,88%
contamos con la voluntad de los ciudadanos para vencer esta batalla	0,88%
contamos con el saber de los expertos y la comunidad científica y sanitaria	0,88%
consecuencias económicas y laborales de la emergencia	0,88%
condolencias a las familias y amigos de los fallecidos	0,88%
ayudas a las empresas	0,88%
aplausos a nuestros sanitarios	0,88%
agradece a todos los políticos y agentes sociales su colaboración	0,88%
	100,00%

Fuente: elaboración propia OCITV.

En términos de encuadre (Gráfico 6), parece significativo que en el discurso en el que Sánchez anuncia medidas económicas, el encuadre dominante sea “Somos solidarios” (18,58%), por encima de “El Estado nos protege” (17,69%) y de “Recesión evitable y superable” (8,85%). Significativo es el encuadre “La UE funciona” (2,65%). Los encuadres negativos solo suman un 13,25%, con “Recesión inevitable” y “Esto es una guerra”, ambos con 4,42%, como predominantes. “Problema internacional”, “consenso político” y “ciencia salvadora” siguen ocupando un notable espacio entre los encuadres del discurso de Sánchez

Gráfico 6. Encuadres de la comparecencia y rueda de prensa de Pedro Sánchez en la que anuncia un paquete de medidas económicas.



Fuente: elaboración propia OCITV.

4.7. Mensaje de Felipe VI

El 18 de marzo, el Rey Felipe VI ofreció un mensaje a la nación con motivo de la pandemia. El discurso (que se trata del segundo extraordinario que realiza el monarca en sus seis años de reinado) reunió a 14.613.000 espectadores (un 70,3% de cuota de pantalla) (Barlovento Comunicación, 2020), lo que supone el mensaje monárquico más visto desde que existen los registros. Es un discurso institucional de nueve minutos que busca también el horario de los informativos, en este caso vespertinos. Los temas dominantes (Tabla 11) son dos: “Una crisis nueva, distinta, sin precedentes, muy seria y muy grave que pone en riesgo nuestra salud y el empleo y las empresas” (9,68%) y “España recuperará su pulso, su vitalidad, su fuerza” (9,68%). Y esa recuperación se logrará con unidad y solidaridad (“Estoy seguro de que todos vamos a dar ejemplo de responsabilidad, de civismo, entrega y solidaridad” (6,45%); con consenso (“debemos dejar a un lado nuestras diferencias y unirnos en torno a un mismo objetivo”, 3,23%) y gracias a la fortaleza de nuestras instituciones y servicios públicos (“Tenemos un gran sistema sanitario con profesionales extraordinarios” (6,45%) y “Todo el Estado y las instituciones están volcadas en resolver esta crisis” (3,23%).

Tabla 11. Temas del discurso del Rey Felipe VI.

Tema	18/03/20 Mensaje de Felipe VI
Una crisis nueva, distinta, sin precedentes, muy seria y muy grave que pone en riesgo nuestra salud y el empleo y las empresas	9,68%
España recuperará su pulso, su vitalidad, su fuerza	9,68%
Tenemos un gran sistema sanitario con profesionales extraordinarios	6,45%
No os puede sorprender el aplauso que os reconforta y anima a los sanitarios	6,45%
Momentos de mucha inquietud y preocupación por una crisis sanitaria que afecta a todo el mundo	6,45%
Estoy seguro de que todos vamos a dar ejemplo de responsabilidad, de civismo, entrega y solidaridad	6,45%
Este virus lo venceremos y saldremos reforzados, más comprometidos, más solidarios, más unidos	6,45%
Es una crisis que estamos combatiendo y que vamos a vencer	6,45%
debemos atender a las indicaciones de las autoridades y de los expertos para ganarle al virus	6,45%
crisis temporal, un paréntesis en nuestras vidas, volveremos a la normalidad, sin duda	6,45%
todos y cada uno somos parte de la solución de esta crisis	3,23%
Todos los españoles pueden sentirse protegidos	3,23%
Todos debemos contribuir con nuestras acciones por pequeñas que sean	3,23%
Todo el Estado y las instituciones están volcadas en resolver esta crisis	3,23%
recuperaremos nuestra vida y nuestra economía	3,23%
Recuerdo a las familias que han perdido a gente	3,23%
Los sanitarios son la vanguardia, nuestra primera línea de defensa	3,23%
Gracias a todas las entidades, personas y servicios públicos que se están sacrificando por los demás	3,23%
debemos dejar a un lado nuestras diferencias y unirnos en torno a un mismo objetivo	3,23%
	100,00%

Fuente: elaboración propia OCITV.

Por temas y mensajes, el discurso del Rey es más convergente con los de Sánchez que con los de Casado. En el discurso del monarca el encuadre dominante es “Somos solidarios” (22,58%), seguido de “El virus será vencido” (12,90%) y “El Estado nos protege” (12,90%). El discurso quiere ser una invocación a la confianza en las instituciones y a la solidaridad individual para vencer al virus, pero los encuadres negativos alcanzan un 22,59%, con “Tenemos miedo” (6,45%) y “Esto es una guerra” (6,45%) como los más recurridos como negativos por el Rey (Gráfico 7).

Gráfico 7. Encuadres del discurso del Rey Felipe VI.



Fuente: elaboración propia OCITV.

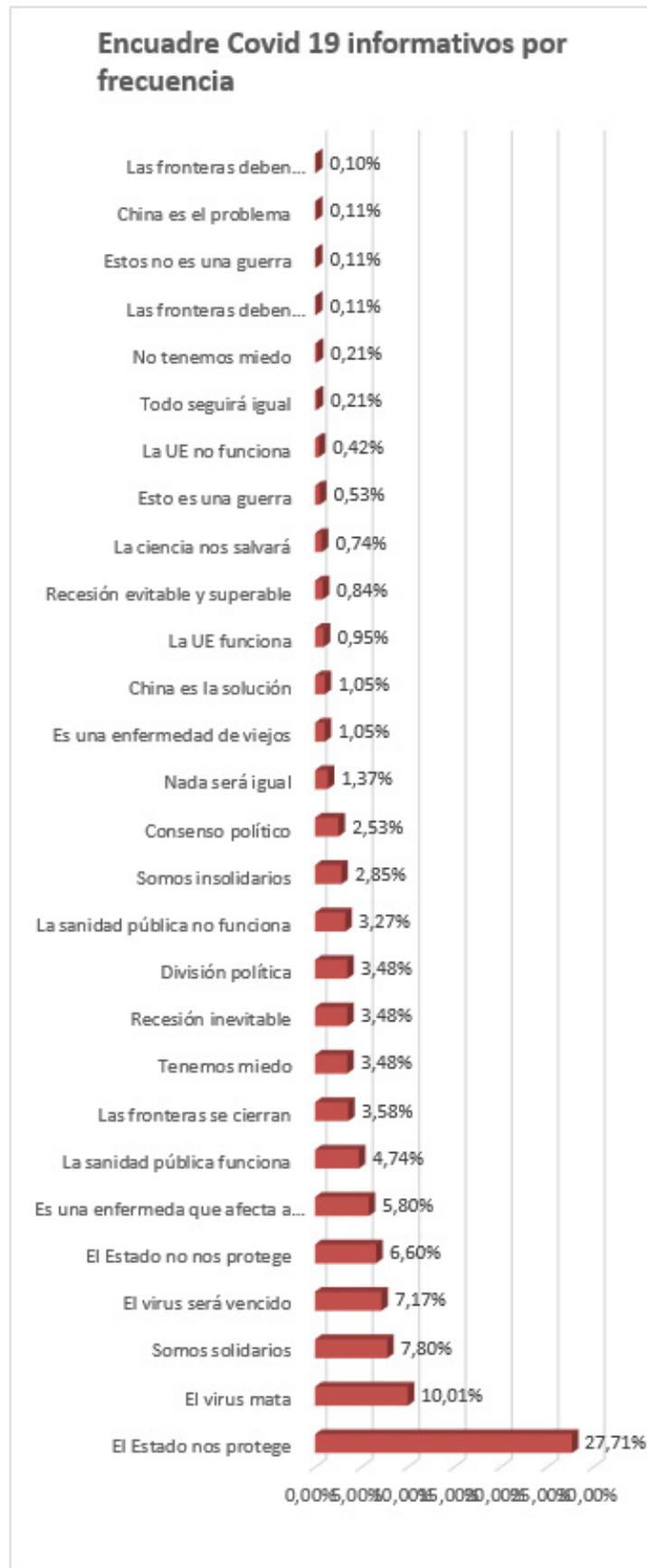
4.8. El encuadre de los informativos de televisión estatales

Del total de las 812 piezas analizadas de los 17 informativos, a 741 se les asignó la etiqueta “Coronavirus-Covid-19” y se les aplicó el análisis de encuadres, extrayendo todos los presentes en cada pieza. No fue infrecuente la presencia de dos pares dicotómicos en la misma pieza informativa, como, por ejemplo, “Consenso político/ División política” o “La sanidad pública funciona/La sanidad pública no funciona”, registrándose ambos por separado. A cada encuadre le añadimos una valoración en la escala de 1 a 5 (1, muy positivo; 2, negativo; 3, neutro; 4, positivo; 5, muy positivo), como se hace habitualmente en nuestra metodología de análisis de informativos. De este modo, registramos la frecuencia y la valoración (positiva, negativa o neutra) de cada encuadre. Recordemos que estas valoraciones responden a la impresión subjetiva que el analista percibe. Esa percepción subjetiva de la valoración se forma a partir de las declaraciones que sobre el objeto se hacen, las locuciones informativas y las imágenes y sonidos de la pieza.

El encuadre abrumadoramente dominante (Gráfico 8) es el “Estado nos protege” (27,71%). Está presente en las declaraciones de todas las autoridades públicas, estatales o autonómicas; de los representantes institucionales e incluso de muchos de los académicos que en esas semanas son entrevistados vía videoconferencia en los informativos. El segundo encuadre por frecuencia es “El virus mata” (10,01%), presente en información recogida en la calle, en los hospitales, en las residencias de ancianos, incluso en las declaraciones de los políticos y, quizá sobre todo, en los gráficos y presentaciones infográficas que abren casi siempre los informativos –número de muertos, contagiados, tests realizados, datos de alta...– como si de un parte de guerra se tratara. Es curioso que uno de los encuadres más infrecuentes en los informativos es “Esto es una guerra” (0,53%), muy utilizado, en cambio, por las autoridades políticas en sus declaraciones, tanto por parte del jefe del Gobierno como por el de la oposición y, de manera muy explícita, por el jefe del Estado Mayor de la Defensa, el general Miguel Ángel Villarroja, quien en rueda de prensa desde Moncloa el 20 de marzo se dirigió directamente a los españoles con un: “En esta guerra irregular y rara que nos ha tocado vivir, en la que nos ha tocado luchar, todos somos soldados” y cuyo lenguaje en términos bélicos se dejó notar en prácticamente todas sus intervenciones, donde también alababa los valores militares por su utilidad para frenar el virus.

Salvo en el caso de “El virus mata/El virus será vencido” y, muy significativamente, en “División política/Consenso político”, siempre predomina en los pares dicotómicos la afirmación positiva. Este par dicotómico suma entre sus dos enunciados un 5,95%, lo que indica que los informativos de la Covid-19, al menos entre el 7 y el 25 de marzo, no tuvieron un enfoque principal de disputa política. En total, los encuadres positivos suman un 76,94% y los negativos, un 23,06%.

Gráfico 8. Encuadres de los informativos de televisión por frecuencia.

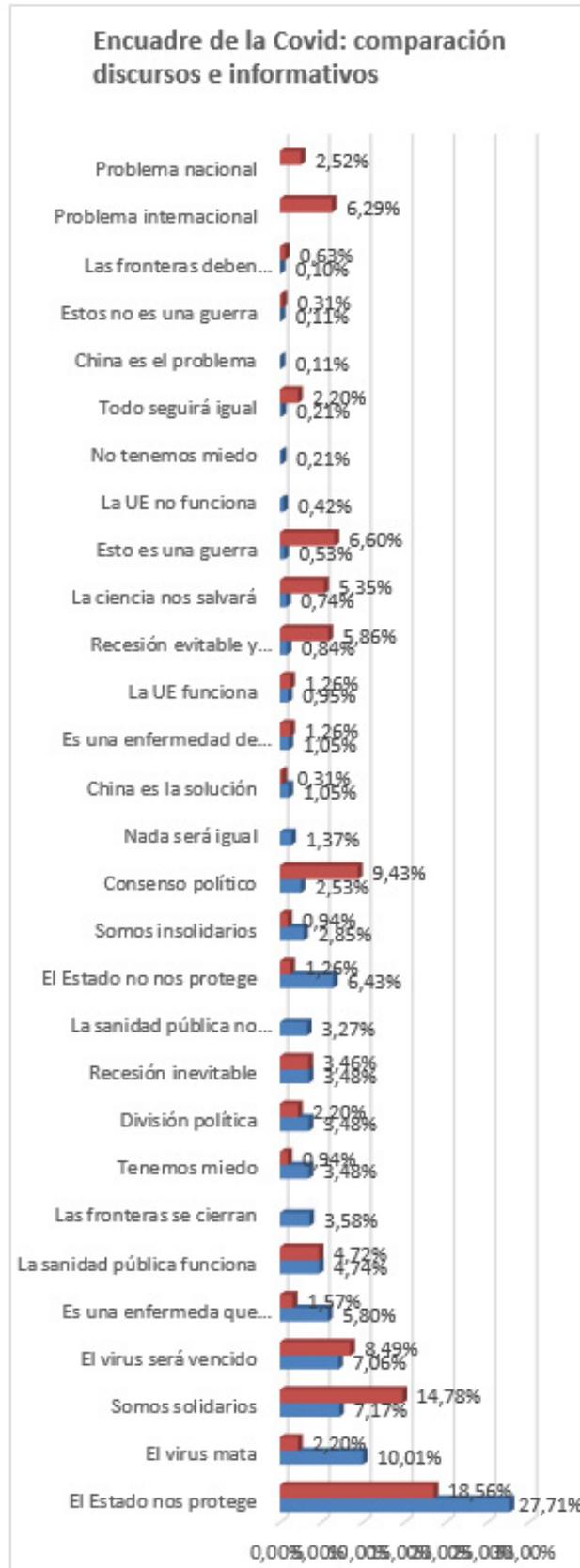


Fuente: elaboración propia OCITV.

Si comparamos los encuadres de los discursos institucionales anteriormente analizados con los encuadres de los informativos (Gráfico 9), se aprecian similitudes, pero también algunas diferencias notables. En ambos casos, el encuadre dominante es “El Estado nos protege” (27,71% en informativos y 18,56% en discursos). Las mayores sin-

tonías entre discursos e informaciones las encontramos en “La sanidad pública funciona” y en “Recesión inevitable”. También hay cierta sintonía en “El virus será vencido”. Las mayores diferencias las hallamos en “El virus mata”, encuadre mucho más presente en los informativos (10,01%) que en los discursos (2,20%); en “Consenso político”, mucho más presente en los discursos (9,43%) que en los informativos (2,53%); y en “Somos solidarios”, más presente en los discursos (14,78%) que en los informativos (7,17%).

Gráfico 9. Encuadres de la Covid: comparación discursos e informativos.



Fuente: elaboración propia OCITY.

Respecto a la valoración (Gráfico 10), el encuadre mejor valorado es “Somos solidarios”, con 3,92 (sobre un máximo de 5, que sería la valoración más positiva posible). Parece que, al menos en los informativos analizados, la propuesta de soluciones científicas (medicamentos, vacunas...) no es frecuente, pero estas noticias esperanzadoras se presentan muy positivamente, ya que “La ciencia nos salvará” se valora con un 3,43. El segundo encuadre mejor valorado, “El virus será vencido” (3,51), es el cuarto en frecuencia (7,17%). En cuanto al más frecuente, “El Estado nos protege”, recoge una valoración positiva de 3,25. La media de valoración de los encuadres es positiva (3,17).

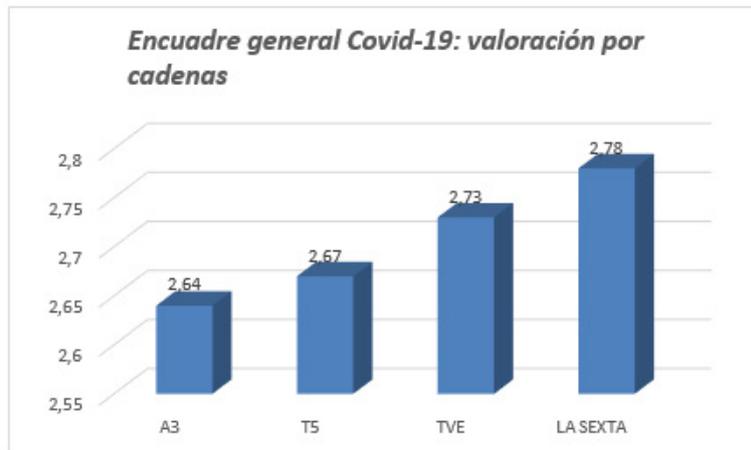
Gráfico 10. Encuadre Covid-19 en los informativos por valoración



Fuente: Elaboración propia OCITV.

Realizamos la comparación entre cadenas solo por valoración (Gráfico 11), por considerarla más significativa. La cadena que más positivamente encuadra es *La Sexta* (2,78 sobre 5). En el otro extremo, *Antena 3* (2,64 sobre 5).

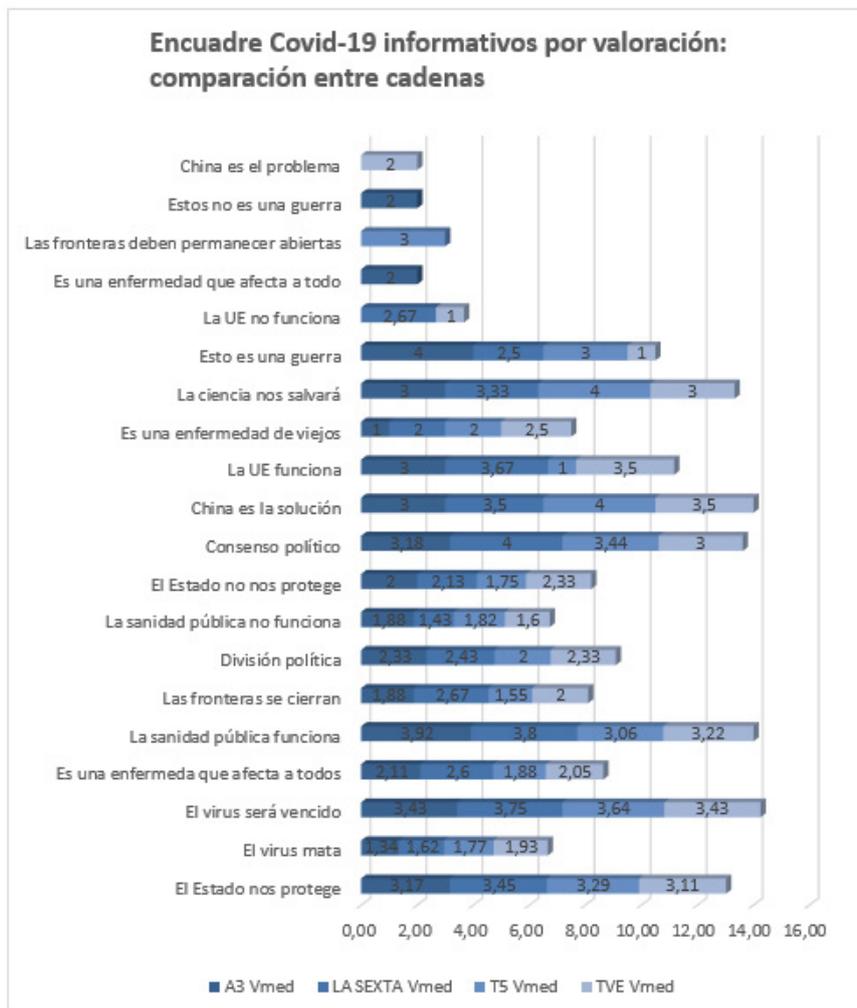
Gráfico 11. Encuadre general Covid-19: valoración por cadenas.



Fuente: Elaboración propia OCITV.

Por distintos encuadres y valoración media por cadenas (Gráfico 12) observamos que *Antena 3* es la que generalmente valora cada encuadre menos positivamente, salvo en el caso de “La sanidad pública funciona”, que esta cadena valora más positivamente que otras. En el otro extremo se sitúa *La Sexta*, que suele ser la que más positivamente valora los distintos encuadres (positivos).

Gráfico 12. Encuadres por valoración media por cadenas.



Fuente: Elaboración propia OCITV.

5. Conclusiones

El encuadre dominante tanto en discursos como en informativos (O.2.) es “El Estado nos protege”, un resultado que se da en unas circunstancias y un momento en el que supone un marco de “efecto bálsamo” para una población que se enfrenta a una situación sin precedentes. Los discursos han buscado en todo momento las audiencias que reportan los informativos de televisión, que a pesar de la pujanza de las distintas plataformas online, parece seguir siendo el rey de los medios en términos de penetración social y de influencia.

Respecto a los discursos analizados, los políticos han encuadrado la crisis de manera mayoritariamente positiva, si bien con distintos grados y con variaciones según el momento (O.3.). Los mayores giros de discurso en términos de encuadres corresponden a Pablo Casado, aunque también Pedro Sánchez, menos abruptamente, ha ido modulando sus mensajes. Se aprecian encuadres muy comunes (“Somos solidarios”), pero también muy divergentes: “Problema nacional” y “División política” preponderantes para Casado; “Problema internacional” y “Consenso político” más frecuentes en Sánchez. Aunque el encuadre “Consenso político” fue convergente en los primeros discursos de Sánchez y Casado, esa convergencia duró poco. Nuestra muestra alcanza hasta el 25 de marzo. En las semanas siguientes presumiblemente el encuadre “División política” hubiera cobrado un protagonismo mucho mayor.

En los discursos encontramos un lenguaje mucho más bélico, con tonos épicos, donde se alaba el espíritu de servicio y se trata la pandemia como una guerra (“Esto es una guerra” es el quinto encuadre más utilizado en discursos). Se tiende a ocultar los aspectos más negativos de la crisis, como “El virus mata” (que solo aparece un 2,20%) y a reforzar todo lo positivo, como “El virus será vencido” (casi alcanza el 8,5%). Ese lenguaje/encuadre bélico tan frecuentado en discursos queda prácticamente desterrado por los informativos, donde “Esto es una guerra” apenas aparece (0,52%).

Los informativos (O.4. y O.5.) comparten con los discursos institucionales la llamada a la unidad y la confianza en los servicios públicos y añaden como elemento de esperanza la confianza en la ciencia, pero enfrentan estas visiones positivas con otras narrativas que representan los elementos más duros y negativos de la pandemia. En conjunto, un encuadre moderadamente negativo, sin que se registren diferencias significativas en el tratamiento de las distintas cadenas. Los informativos no hurtan los encuadres negativos, como el “El virus mata”, que es el segundo más frecuente, o los que ponen de manifiesto los fallos institucionales en el planteamiento de soluciones a la crisis, como “El Estado no nos protege” o “La sanidad pública no funciona”. La agenda política consigue colarse solo en parte en los informativos, que han demostrado tener también agenda propia. Es llamativo que, siendo la pandemia un fenómeno global, los encuadres internacionales (referentes a las fronteras, la UE o China) estén poco presentes. Prima la mirada nacional. Conviene hacer notar que los discursos son esencialmente enunciados, mientras que los encuadres informativos no son solo enunciados verbales, sino que las imágenes y los sonidos también tienen un papel tanto o más importante que lo estrictamente verbal.

Respecto a las valoraciones obtenidas por los distintos encuadres identificados, todas las relacionadas con la ciencia como salvadora contra el virus, que es más utilizada en informativos que en discursos, son las mejor valoradas, a pesar de su poca frecuencia de aparición.

6. Referencias

- Amadeo, Belén (2002): “La teoría del Framing. Los medios de comunicación y la transmisión de significados”, en *Revista de Comunicación*, 1, pp. 1-54. <https://revistadecomunicacion.com/pdf/2002/Art006-32.pdf>
- Barlovento Comunicación (2020): *Análisis mensual del comportamiento de la audiencia TV. Marzo 2020*. <https://www.barloventocomunicacion.es/wp-content/uploads/2020/04/barlovento-analisisaudiencias-tvmarzo2020.pdf>
- Bateson, Gregory (1972): *Steps to an Ecology of Mind: Collected Essays in Anthropology, Psychiatry, Evolution And Epistemology*. California: Chandler Publications for Health Sciences.
- Bryant, Jennings & Miron, Dorina (2004): “Theory and research in mass communication”. En *Journal of Communication*, 54 (4), pp. 662-704. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2004.tb02650.x>
- Casero, Andreu (2020): “Impact of Covid-19 on the media system. Communicative and democratic consequences of news consumption during the outbreak”. En *El profesional de la información*, 29 (2). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.23>
- CIS (2017): *Barómetro de noviembre de 2017 (Estudio nº 3195)*. Centro de Investigaciones Sociológicas. <http://www.cis.es/cis/export/sites/default/3199/3195/es3195mar.pdf>
- CIS (2019): *Macrobarómetro de octubre 2019*. Centro de Investigaciones Sociológicas. http://www.cis.es/cis/opencms/ES/9_Prensa/Noticias/2019/prensa0440.html
- CIS (2020): *Barómetro de marzo de 2020 (Estudio nº 3277)*. Centro de Investigaciones Sociológicas. http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/3260_3279/3277/es3277mar.pdf
- Cohen, Bernard C. (1963): *The press and foreign policy*. Princeton: Princeton University Press.
- Díaz Arias, Rafael (2006): “La primera edición del telediario de TVE, un clásico de éxito”. En: Vega, Avelina: *Muestra del panorama actual sobre los contenidos en la radio y la televisión españolas*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

- Entman, Robert M. (1993): "Framing: toward clarification of a fractured paradigm". En *Journal of Communication*, 43 (4), pp. 51-58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Fernández del Moral, Javier (ed.) (2007): *El análisis de la información televisiva: hacia una medida de la calidad periodística*. Madrid: Dosat.
- Galtung, Johan & Ruge, Mari H. (1965): "The Structure of Foreign News". En *Journal of peace research*, 2 (1), pp. 64-91. <https://doi.org/10.1177/002234336500200104>
- Goffman, Erving (1974): *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Harvard: Harvard University Press.
- Iyengar, Shanto; Peters, Mark D. & Kinder, Donald R. (1982): "Experimental Demonstration of the 'Not-So-Minimal' Consequences of Television News Programs". En *American Political Science Review*, 76 (December), pp. 848-858. <https://doi.org/10.2307/1962976>
- Jacobs, Lawrence R. & Shapiro, Robert Y. (1994): "Issues, Candidate Image, and Priming: The Use of Private Polls in Kennedy's 1960 Presidential Campaign". En *American Political Science Review*, 88 (September), pp. 527-40. <https://doi.org/10.2307/2944793>
- Johnston, Hank (1995): "A methodology for frame analysis: from discourse to cognitive schemata". En Johnston, Hank & Klandermans, Bert (Eds.): *Movements and Culture*. Minnesota: University of Minnesota Press.
- Kinder, Donald R. (2007): "Curmudgeonly advice". En *Journal of Communication*, 57 (1), pp. 155-162. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00335.x>
- Krosnick, Jon A. & Kinder, Donald R. (1990): "Altering the Foundations of Support for the President through Priming". En *American Political Science Review*, 84 (June), pp. 497-512. <https://doi.org/10.2307/1963531>
- Macedo García, Alejandro (2015): *La agenda setting y el framing en situaciones de crisis* [tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid. Repositorio Institucional. <https://eprints.ucm.es/42248/1/T38686.pdf>
- Masip, Pere; Aran-Ramspott, Sue; Ruiz-Caballero, Carlos; Suau, Jaume; Almenar, Ester; Puertas-Graell, David (2020): "Consumo informativo y cobertura mediática durante el confinamiento por el Covid-19: sobreinformación, sesgo ideológico y sensacionalismo". En *El profesional de la información*, 29 (3). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.12>
- McCombs, Maxwell E. & Shaw, Donald L. (1972): "The Agenda-Setting Function of the Mass Media". En *Public Opinion Quarterly*, 36 (2), pp. 176-87. <https://doi.org/10.1086/267990>
- McCombs, Maxwell E. & Shaw, Donald L. (1977). *The emergence of american political issues, the agenda-setting function of the press*. West Publishing.
- Moreno, Ángeles; Fuentes-Lara, Cristina & Navarro, Cristina (2020): "Covid-19 communication management in Spain: Exploring the effect of information-seeking behavior and message reception in public's evaluation". En *El profesional de la información*, 29 (4). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.02>
- Muñiz, Carlos (2015): "La política como debate temático o estratégico. Framing de la campaña electoral mexicana de 2012 en la prensa digital". En *Comunicación y Sociedad*, 23, pp. 67-95. <https://ssrn.com/abstract=2555251>
- Newman, Nic; Fletcher, Richard; Kalogeropoulos, Antonis; Nielsen, Rasmus K. (2019): *Reuters Institute digital news report 2019*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <http://www.digitalnewsreport.org>
- Newman, Nic; Fletcher, Richard; Schulz, Anne; Simge, Andi; Nielsen, Rasmus K. (2020): *Reuters Institute digital news report 2020*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <http://www.digitalnewsreport.org>
- Sábada, Teresa (2004): "Enfoques periodísticos y marcos de participación política. Una aproximación conjunta a la teoría del encuadre". En *Política y sociedad*, 41 (1), pp. 65-76. <https://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/view/POSO0404130065A>
- Sádaba, Teresa (2008): *Framing: el encuadre de la noticia. El binomio terrorismo-medios*. La Crujía.
- Saperas, Enric (1987): *Los efectos cognitivos de los medios de comunicación*. Barcelona: Ariel.
- Sevenans, Julie & Vliegthart, Rens (2016): "Political agenda-setting in Belgium and the Netherlands". En *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 93 (1), pp. 187-203. <https://doi.org/10.1177/1077699015607336>
- Van Gorp, Baldwin (2007): "The constructionist approach to framing: bringing culture back in". En *Journal of Communication*, 57 (1), pp. 60-78. <https://doi.org/10.1111/j.0021-9916.2007.00329.x>
- Vicente Mariño, Miguel y López Rabadán, Pablo (2009): "Resultados actuales de la investigación sobre framing: sólido avance internacional y arranque de la especialidad en España". En *Zer*, 14 (26), pp. 13-34. <https://www.ehu.es/ojs/index.php/Zer/article/view/2750>
- Weaver, David H. (2007): "Thoughts on agenda setting, framing and priming". En *Journal of Communication*, 57 (1), pp. 142-147. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00333.x>