

Reseña

El poder del *framing* en el escenario político

Lorella Bellia Calderón¹

DOI: 10.5294/pacla.2023.26.3.10

Para citar esta reseña / To cite this book review / Para citar esta resenha

Bellia, L. (2023). El poder del *framing* en el escenario político. *Palabra Clave*, 26(3), e26310. <https://doi.org/10.5294/pacla.2023.26.3.10>

Reseña del libro:

Muñiz, C. (coord.) (2022). *Framing y política. Aportaciones empíricas desde Iberoamérica*. Tirant Humanidades. ISBN: 9788419071712.

Hoy en día los medios de comunicación tienen un rol cada vez más importante en las democracias, ya que a través de ellos los ciudadanos conocen la realidad tanto nacional como internacional. Esta realidad es ofrecida a manera de marcos (*frames*), mediante los cuales se elaboran los hechos noticiosos para ofrecerlos a las audiencias y así influir en la opinión pública. El libro que coordina Carlos Muñiz aborda la teoría del *framing* desde una amplia perspectiva iberoamericana, región en la cual comienzan a proliferar trabajos donde se matiza este acercamiento teórico para el estudio de la comunicación política. En este sentido, el texto se ancla en una rigurosa revisión de literatura en cada capítulo, retomando los estudios y trabajos que se llevan a cabo en la región encuadrados en esta teoría y vinculados con la política. El lector podrá encontrar en sus diferentes capítulos una gran descripción junto con la definición más generalizada del concepto y las diferentes maneras de abordar este paradigma de la comunicación política: *frame setting*, *frame building*, *advocacy frames* y *framing effects*, los cuales son

¹ ✉ <https://orcid.org/0000-0002-0073-0623>. Universidad de las Américas, México. lorella.bellia@udlap.mx

algunos conceptos que el lector encontrará como formas que toma la idea de acuerdo con la óptica que se quiera utilizar para la realización de los estudios. Sin duda, cada aportación en este libro cuenta con un fuerte anclaje teórico, lo cual enriquece al lector con un incremento en la literatura sobre este importante enfoque teórico de la comunicación política.

La compilación coordinada por Carlos Muñiz nos ofrece un acertado capítulo a modo de prólogo firmado por Douglas McLeod, quien nos da un breve recorrido por eventos políticos y sociales que han sido enmarcados para las audiencias con la finalidad de moldear la opinión pública, a la luz de casos como la toma del capitolio en Washington el 6 de enero de 2021 o la muerte de George Floyd sofocado por un policía el 25 de mayo de 2020. El autor de este apartado apunta que hoy en día nos encontramos en un relanzamiento de la teoría del *framing* para entender el sistema mediático, el cual se está volviendo más laxo en cuanto a los contenidos con cada vez más presencia de infoentretenimiento y *soft news*, difundidas gracias al auge de las redes sociales.

De sumo interés resulta el texto de Juan José Igartua *et al.*, quienes se dieron a la tarea de analizar los estudios de *framing* en Iberoamérica, distinguiendo entre los estudios que abordan *frames* provenientes de los medios de comunicación a aquellos centrados en los ciudadanos o políticos, y de esta manera tener una comprensión de los fenómenos políticos en la región. Posteriormente, los siguientes capítulos se enfocan en analizar, para diferentes casos y países, la presencia de los *frames* de juego estratégico y los *frames* temáticos. Esta es la base que sustenta a la mayoría de los textos, poniendo de manifiesto en la mayoría de sus hallazgos la prevalencia del encuadre estratégico en países como España, México, Chile, Perú, Argentina, Colombia y Brasil. Por su parte, otros capítulos robustecen el análisis empírico del *framing* en redes sociales, el nuevo espacio donde se establecen los contenidos noticiosos. El *framing* en las redes sociales es abordado en varios estudios de caso de la región, tomados sobre todo del campo electoral. Así, Carlos Ballesteros y otros autores abordan los métodos inductivos y deductivos en los marcos informativos, donde el primero refiere al análisis integral de una noticia para detectar sus *frames* y el segundo

funciona a la inversa, donde a partir de unos *frames* establecidos se pretende llegar a la nota general. Los autores usan Facebook para llevar a cabo su investigación, en *frames* como: juego estratégico, marco temático o de posición política, apelación personalista, invitación al seguimiento mediático, logístico movilizador o pedagógico o didáctico. Los autores concluyen que el marco predominante es el de movimiento mediático, seguido por el personalista. Ahora bien, en su capítulo Rodolfo Barrientos y sus colaboradores analizan el uso de Twitter durante la campaña presidencial en México 2018. Para ello realizan un análisis de contenido de los trinos de los cinco candidatos, usando el método inductivo, para identificar los principales temas que se presentaron en la red social. Los autores llegan a la conclusión de que los candidatos expusieron en Twitter sobre todo notas sobre su imagen personal y sus eventos.

En este mismo contexto mexicano, encontramos el estudio de Aquiles Chihu, quien de manera muy rigurosa elabora un marco teórico que ofrece una base para la identificación de varios *frames* durante la campaña del candidato Andrés Manuel López Obrador, enfocados en su discurso y en los marcos de identidad, de problema y de lenguaje. El autor señala en sus hallazgos la presencia de un *subframe* para cada uno, identificando anuncios para cada *frame* sugerido. El estudio de Porath y otros autores nos llevan hasta el caso chileno, un trabajo en que identifican una robusta cantidad de trabajos a partir de 2010 que abordan los distintos *frames* antes mencionados. Este trabajo sin duda enriquece el estado del arte del *framing* en la región con una brillante colección de los principales trabajos.

La obra concluye con varios capítulos que escapan del campo electoral. Tal es el caso de estudio de Echeverría y González, quienes abordan el tema de la corrupción; Ingrassia y sus colaboradores, con el tema de la interrupción voluntaria del embarazo en Argentina; y el capítulo de Martínez y Richard, quienes observan el tema de políticas públicas en los medios de comunicación en Colombia. En los dos primeros estudios hay resultados que marcan la pauta de cómo los medios enmarcan estos temas, mientras que el tercero aborda la manera como se construye el *framing* y el gobierno obtiene legitimidad en algunos temas, al influir de manera importante

en la opinión pública. En relación con este último fenómeno, en su capítulo García Perdomo y María Isabel Magaña reafirman esta influencia de los medios en la opinión pública, desde el punto de vista de movimientos sociales en los contextos colombiano y chileno.

En conjunto, el libro representa un esfuerzo de suma valía para incrementar el conocimiento sobre el fenómeno del *framing* en Iberoamérica, donde su estudio no ha sido tan prolífico como en otros contextos. En síntesis, el libro se presenta como un trabajo congruente que aporta significativamente a los estudios de comunicación política de forma novedosa y rigurosa, que lleva al lector a inmiscuirse de manera prolífica en el mundo del *framing*, entendido como paradigma que cada vez más adquiere nuevos matices. Sin duda, es una lectura obligada para los estudiosos del fenómeno de *framing* y comunicación política.