

Estudios sobre el **Mensaje Periodístico**

ISSN-e: 1988-2696

<https://dx.doi.org/10.5209/esmp.84890> EDICIONES
COMPLUTENSE

Muñiz, C. (2022). *Framing y política. Aportaciones empíricas desde Iberoamérica*. Tiran Lo Blanch.

Juan Luis Meza Medina¹

Es innegable la relevancia que en la actualidad tienen los medios de comunicación en el proceso de consolidación de las democracias, al constituir un enlace que utilizan los gobiernos y actores políticos al momento de informar a la ciudadanía sobre sus actuaciones; lo que puede incidir en la formación de la opinión pública y cambios en las actitudes y comportamiento de la ciudadanía. Además de cumplir el rol de agente socializador de cara a la creación de ciudadanía, los medios de comunicación juegan un papel determinante en la configuración de la realidad social percibida diariamente por las personas a través del proceso del *framing*. Es por ello que la publicación de un libro con las características de *Framing y política. Aportaciones empíricas desde Iberoamérica* es de gran importancia, ya que permite contar con un panorama crítico y actual que brinde la posibilidad de reflexionar en torno a la teoría del *framing*. Un acercamiento que desde finales del siglo XX hasta la actualidad ha destacado como una de las corrientes teóricas principales al momento de investigar aspectos como el proceso de construcción del mensaje y sus efectos en las audiencias.

Bajo la coordinación de Carlos Muñiz, en el libro *Framing y política. Aportaciones empíricas desde Iberoamérica* se analizan las diversas aristas de la teoría del *framing* a través de valiosas aportaciones empíricas en el contexto iberoamericano. En este sentido, el lector tendrá la posibilidad de aproximarse a una serie de estudios que destacan por su rigor metodológico, aplicado a las dinámicas políticas y sociales en siete países del contexto iberoamericano. Gracias a ello, el libro contribuye a la consolidación de la teoría del *framing* en la región, aportando evidencia acerca de diferentes análisis del encuadre de los mensajes en los países revisados. Ello es debido a que el libro busca profundizar en el conocimiento sobre los vínculos que el consumo mediático y el *framing* tienen con las diversas actitudes y comportamientos políticos. Además, cabe destacar que la elaboración de dicha obra fue posible gracias a la colaboración de investigadoras e investigadores de diferentes latitudes, hecho que permitió generar un trabajo colectivo con un alcance excepcional respecto a las diversas miradas y enfoques particulares de cada país al momento de utilizar la teoría del *framing*.

Sin la intención de aportar una descripción exhaustiva de cada capítulo del libro, es imprescindible destacar algunas de las aportaciones de las investigaciones que comprenden dicha obra. En primer lugar, el libro cuenta con un prólogo de Douglas McLeod, referente destacado en los estudios de la teoría del *framing*, quien resalta la importancia de la obra reconociendo lo fundamental de conocer los esfuerzos dentro del mundo de las investigaciones que se están llevando a cabo en diferentes partes del mundo. Además, advierte sobre la importancia de los peligros del poder del *framing* mediático en los sistemas de medios del Siglo XXI (p. 51), haciendo un recorrido a través de algunos ejemplos contemporáneos que unen la teoría del *framing* con el ámbito político.

A continuación del prólogo realizado por McLeod, se encuentra un estudio de meta-investigación elaborado por los investigadores del Observatorio de los Contenidos Audiovisuales de la Universidad de Salamanca, Juan-José Igartua, Carlos Arcila-Calderón, Valeriano Piñero-Naval, Alejandro González-Vázquez y David Blanco-Herrero, en donde se analiza una muestra de 100 artículos publicados en revistas iberoamericanas indizadas en SCImago Journal & Country Rank (SJR-Scopus) en un periodo de años comprendido del 2015 a 2019 enfocados en el *framing* desde la comunicación política. El capítulo pone de manifiesto la existencia de un creciente interés de parte de la comunidad científica en la utilización de la teoría del encuadre para analizar fenómenos políticos, la preponderancia de la academia española en la realización de estos tipos de estudios, así como la predominancia del análisis de contenido como técnica metodológica más utilizada en los estudios de *framing* en Iberoamérica.

Los siguientes tres capítulos del libro analizan los encuadres de promoción utilizados por los candidatos en sus mensajes durante diversas campañas electorales, en particular las elecciones generales españolas de 2019 y presidenciales en México de 2018. En el primero de ellos, escrito por Ballesteros-Herencia, Gómez-García

¹ Facultad de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales, Universidad Autónoma de Nuevo León (México)
E-mail: juan.mezamd@uanl.edu.mx

y Quevedo-Redondo, se aborda un análisis sobre los *frames* empleados por los partidos políticos en sus páginas de Facebook durante la campaña electoral española de 2019 a través de un método deductivo, destacando que dichos resultados fueron contrastados con los obtenidos de la misma muestra mediante una aproximación inductiva, con la intención de señalar la adecuación de uno y otro método de investigación del proceso de *framing*. En el siguiente capítulo, Barrientos, Marañón, Saldierna y Muñiz, realizan un análisis sobre la presencia de encuadres en los tweets que emitieron los cinco candidatos que contendieron a la presidencia en México en 2018 a través de un análisis de contenido. Utilizando la plataforma *Twitonomy Analytics*, lograron obtener una muestra final de 3474 publicaciones sometida a un análisis riguroso. El estudio concluye que los encuadres con mayor presencia fueron los de promoción y de participación ciudadana, en los que destacó la presencia de ciudadanos y ciudadanas en los mensajes emitidos por la candidata y los candidatos a la presidencia. También se centra en las elecciones presidenciales en México el capítulo de Aquiles Chihu Amparán, de la Universidad Autónoma Metropolitana, quien desde un enfoque cualitativo analiza los marcos del discurso presentes en comerciales o *spots* políticos que formaron parte de la estrategia de comunicación de López Obrador durante esa elección. Para su estudio utiliza el modelo de análisis de los marcos del discurso aplicándolo a *spots* en donde logra identificar tres: de la identidad, del problema y del lenguaje.

Los siguientes capítulos del libro se enfocan en el análisis de la cobertura mediática de diversas campañas electorales de la región. Al respecto, el trabajo elaborado por Porath y Gronemeyer realiza en su primera parte un recorrido acerca del estado del arte sobre el estudio del *framing* de los medios de comunicación en Chile; en la segunda parte de la investigación, los autores emplean la propuesta de Aalberg et al. (2012) con la finalidad de determinar la presencia del *frame* de juego estratégico por medio de un análisis de contenido en complemento con un análisis factorial en periodos de normalidad política. El trabajo concluye que se debe considerar el juego y la estrategia como dos dimensiones distintas dentro del mismo encuadre puesto que, a pesar de que son complementarias, generan dos tipos diferentes de cobertura de la campaña electoral. Por su parte, Valera-Ordaz, Carratalá y Doménech-Beltrán analizan en su trabajo los encuadres que predominaron en la cobertura mediática hecha por cuatro de los principales diarios generalistas españoles (*El País*, *El Mundo*, *ABC* y *La Razón*) durante la campaña electoral en España celebrada con motivo de las elecciones del 28 de abril de 2019. Mediante un análisis de contenido analizaron todas las noticias publicadas por los diarios mencionadas relacionadas con la campaña electoral ($N = 665$) con la finalidad de detectar la presencia de dos tipos de encuadres genéricos que con regularidad se utilizan en política: el estratégico y el temático. En general, observan que el estratégico fue el que tuvo predominio en todos los diarios, señalándose algunas diferencias significativas entre los diarios. Por otra parte, Sandro Macassi y Edwin Cohaila hacen en su investigación una comparación de los *frames* estratégico, temático y posicional en medios y Twitter con la finalidad de identificar la posible existencia de similitudes durante la segunda vuelta electoral en las elecciones peruanas del año 2016. Para ello, seleccionaron una muestra de noticias en medios masivos y de publicaciones de los medios en Twitter que abarca un periodo de dos semanas previas a la votación por la presidencia. En estudio señala que prevaleció en mayor medida el *frame* temático en Twitter, observándose una disminución de los *frames* estratégico y posicional en los medios tradicionales.

Por otro lado, Martín Echeverría y Rubén Arnoldo González analizan en su capítulo la presencia en la prensa mexicana del *framing* de la corrupción, un tema con gran relevancia en la agenda política mexicana. Mediante un análisis de contenido cuantitativo y un análisis cualitativo inductivo, los autores buscaron generar una descripción detallada de los patrones de cobertura de la corrupción durante las elecciones presidenciales de 2018 que hicieron dos periódicos de circulación nacional. Los hallazgos principales del estudio demuestran una relevante cobertura del tema de la corrupción por parte de los diarios analizados. Además, sobresale la utilización del concepto de corrupción como instrumento de batalla entre actores políticos. Otro estudio de gran relevancia debido a su pertinencia y actualidad es el realizado por Paola Ingrassia, Celeste Gómez Wagner, Natalia Aruguete y Ernesto Calvo. En su capítulo, se estudia el análisis del tratamiento mediático respecto al debate ocurrido sobre la ley sobre la Interrupción Voluntaria del Embarazo (IVE) en Argentina, pudiéndose resaltar que los hallazgos ponen de manifiesto que los diversos encuadres detectados fueron promovidos por los actores en cuestión en torno del tema: los movimientos feministas fomentaron el encuadre “pro-derecho” y el contramovimiento opuesto a legalizar el aborto mediante dicha ley promovió el enfoque “pro-vida”.

El libro continúa con el capítulo realizado por Hernán Martínez Banfi y Eugenie Richard Richard, quienes realizan un análisis del *framing* planteado desde los medios de comunicación escritos sobre la política de drogas en Colombia. Para cumplir el propósito de su investigación, trabajan con un modelo explicativo desde un enfoque mixto (análisis de contenido cualitativo y cuantitativo), mediante el cual se expresa el papel importante que juegan los medios al momento de legitimar las acciones realizadas por los actores involucrados en la toma de decisiones de esta política pública. Los resultados destacan la capacidad de los medios para convertirse en actores clave en la construcción de legitimidad al momento de las decisiones de política pública. También dentro del contexto colombiano, pero con una mirada comparativa con el caso chileno, se enmarca el estudio de Víctor García-Perdomo y María Isabel Magaña. En su capítulo realizan un análisis de contenido en la línea de la teoría del *framing* para estudiar la cobertura periodística multimedia, en forma de videos, fotos, infografías, etc., que llevaron a cabo las cuentas de Twitter de los más importantes

periódicos y noticieros de televisión en países como Colombia y Chile de las protestas sociales del año 2019. Los resultados encontrados plantean que los medios tradicionales son más propensos a utilizar encuadres que deslegitiman la protesta social.

Dentro de los capítulos de cierre del libro se encuentra el de Frida V. Rodelo, quien realiza un análisis de noticias dentro del contexto de la pandemia de COVID-19 en México, específicamente en la etapa de aumento de la transmisión comunitaria, centrándose en los encuadres informativos y su proceso de configuración empleados por medios tradicionales como televisión y periódicos, ambos de alcance nacional. El trabajo encuentra la presencia de encuadres asociados a la politización y personalización de los asuntos, en comparación con la poca presencia de información de tipo científica. En este mismo contexto de la pandemia se enmarca el trabajo de Magalhães Firmino, Ituassu y Schwabe, quienes hacen en su capítulo un análisis de encuadres genéricos del tema de salud en Brasil durante dos momentos de gran importancia política en Brasil, como fueron las manifestaciones a favor del gobierno y la renuncia del ministro de Salud. Para dicho análisis, los autores hacen uso de un método computacional de tipo *dictionary-based*, en donde se trabajó con una base de más de 16 millones de tweets.

En síntesis, el libro *Framing y política. Aportaciones empíricas desde Iberoamérica* constituye una obra que podrá ser de gran relevancia dentro del estudio de la comunicación política en Iberoamérica al ser un trabajo conformado por investigaciones en las que se aplican diversos enfoques metodológicos a fenómenos políticos más allá de contextos electorales. Además, la obra aporta de forma empírica al estudio del impacto que tienen los medios en la política, principalmente, en un contexto como el Latinoamericano en el que los sistemas democráticos se enfrentan a diversas crisis en el plano político que ponen en riesgo su funcionamiento, mismo que puede fortalecerse con una ciudadanía informada. En este sentido, en un mundo en donde frecuentemente imperan la desinformación y las *fakenews*, el papel que tiene el *framing* en la configuración de la opinión pública en las democracias adquiere un alto valor al ser la herramienta utilizada por los medios para proyectar la realidad social (Muñiz, 2020). Por lo tanto, ante la serie de acontecimientos globales y propios de la región que afectan a la sociedad, resulta imprescindible comprender el poder que el *framing* pueda llegar a tener y los fines con los que se utilice para incidir en la ciudadanía, porque, como bien señala Douglas McLeod en el prólogo del libro, “las palabras importan”.

Juan Luis Meza Medina. Profesor en la Facultad de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales de la Universidad Autónoma de Nuevo León (México) y doctorando en Filosofía con orientación en Ciencia Política en la misma institución. Colaborador en el Laboratorio de Comunicación Política de la Universidad Autónoma de Nuevo León. Sus líneas de investigación se centran en el análisis de los efectos de los medios y el impacto de las prácticas comunicativas en la cultura política. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5987-2079>