

# | El *framing* del ritual político | (Las mañaneras)

| *Framing political ritual (Las mañaneras)*



**Aquiles Chihu Amparán**  
Doctor en Ciencias Políticas y Sociales.  
Profesor-Investigador, Universidad  
Autónoma Metropolitana - Unidad  
Iztapalapa.  
chaa@xanum.uam.mx  
ORCID: 0000-0002-4321-5314

## Resumen

En este artículo se propone el modelo del *framing* simbólico y se aplica al análisis de la comunicación presidencial de López Obrador en las conferencias mañaneras. El modelo permite la investigación del discurso público, de distintos actores (candidatos, movimientos sociales, periodistas), en distintos escenarios (campañas electorales, medios, espacio público), y con diferentes textos (televisión, noticia, protesta). El procedimiento tendiente a decodificar los *frames* del discurso consiste en cinco pasos: primero se ubica el escenario; segundo, se identifican los actores involucrados; tercero, se localizan los textos del discurso de los actores involucrados; cuarto, a partir de los textos, se decodifican e interpretan los *frames*; quinto, una vez que se identifican los *frames*, se identifican los mecanismos simbólicos que permiten la visibilidad de los *frames*.

### Palabras clave

*Framing* simbólico; escenarios; actores; textos; marcos; mecanismos simbólicos.

## Abstract

*In this article, symbolic framing model is proposed and applied to the analysis of the López Obrador's presidential communication in the morning conferences. The model allows the investigation of public discourse, of different actors (candidates, social movements, journalists), in different scenarios (electoral campaigns, media, public space), and with different texts (television, news, protest). The procedure to decode the speech frames consists of five steps: first, the setting is located; second, the actors involved are identified; third, discourse's texts of the actors involved are located; fourth, from the texts, the frames are decoded and interpreted; fifth, once the frames are identified, the framing mechanisms that allow the visibility of the frames are identified.*

### Keywords

*Symbolic framing; scenarios; actors; texts; frames; framing mechanisms.*

## 1. Introducción

En la elección presidencial de México 2018, López Obrador se presentó como el candidato de una coalición de varios partidos políticos. Morena surge como un movimiento social que se transforma en partido y simultáneamente, el líder se convierte en presidente de la república. Estos rasgos particulares, sitúan esta investigación en la frontera entre dos campos (los estudios electorales y los movimientos sociales) que han permanecido con escasa comunicación entre uno y otro. En consecuencia, la comunicación presidencial de López Obrador debe ser abordada no solo con las categorías tradicionales de la ciencia política, la comunicación política o el *marketing* político, su análisis requiere un enfoque de frontera que incorpore categorías de la sociología de los movimientos sociales.

Max Weber dejó abierta el interrogante si el carisma tiene sus raíces en las cualidades extraordinarias del líder, en un contexto de agitación y crisis, o en las necesidades de esperanza y entusiasmo de sus seguidores. Un primer paso en el análisis del carisma requiere despojar al concepto de sus connotaciones religiosas. El siguiente paso, es el de situarnos desde la perspectiva de la comunicación política. Desde mi punto de vista, el líder carismático es aquel capaz de construir una visión y comunicarla. El objetivo general de este trabajo es el de mejorar nuestra comprensión de cómo se comunica el liderazgo. Los estudiosos del *framing* han señalado que el éxito de un movimiento social depende de la potencia y la resonancia de sus *frames*. Si bien es cierta esta afirmación, también es necesario agregar, que para que ese éxito sea posible, se requiere de un líder que construya, comunique y actúe esos *frames*. El *framing* es el discurso del liderazgo, es el discurso empleado con la finalidad de comunicar una visión.

El marco teórico-metodológico de este trabajo sienta sus bases en la teoría del *framing*, una perspectiva interdisciplinaria que significa un retorno a los clásicos de las ciencias sociales y humanidades, destacando la centralidad del concepto *frame* como piedra angular en el desarrollo de una teoría de la comunicación. En el discurso público, los *frames* ayudan a la interpretación y de los problemas políticos y sociales. Tomando como fundamento la teoría del *framing* que ha venido desarrollando Aquiles Chihu (2006, 2008, 2010a, 2010b, 2012, 2014, 2016, 2018, 2021a, 2021b, 2021c, 2022a, 2022b), este trabajo responde a la interrogante: ¿Cómo construye López Obrador el *frame* de la 4T? Se parte de la premisa de que el *framing* constituye un lenguaje de liderazgo. Un líder comunica su visión de cambio social, logra un vínculo con los intereses, valores, creencias de la población, inicia un proceso de ruptura con el *frame* dominante (la corrupción) y lo sustituye por el *frame* de un nuevo orden político y social (la cuarta transformación). La comunicación presidencial de López Obrador giró en torno al *frame* de la cuarta transformación, y este *frame*, se construyó y comunicó, mediante un conjunto de mecanismos simbólicos: ejemplos de memoria colectiva, símbolos, metáforas, anécdotas, frases célebres, principios.

En las últimas dos décadas, la teoría del *framing* ha ocupado un lugar preminente en las ciencias sociales y en las humanidades, en la sociología, la ciencia política, la lingüística. Lo mismo ha ocurrido en el estudio de las campañas electorales y los medios de comunicación en Estados Unidos. Por lo

que respecta a España y América Latina, aparece con el nombre de teoría del encuadre.

A pesar de su éxito, aún hoy en día, la teoría del *framing* permanece como un paradigma fracturado. Existe una falta de consenso en relación a varios interrogantes: ¿Qué se entiende por *framing*? ¿Qué se entiende por *frames*, dónde se localizan y cómo se pueden interpretar? Con la finalidad de responder estas interrogantes teóricas se propone el modelo del *framing* simbólico desarrollado por Aquiles Chihu (2021b).

El argumento se desarrolla de la siguiente manera. Primero, analizo dos conceptos: *framing* y *frame*. Una vez analizados estos conceptos, paso a desarrollar en qué consiste el *framing* simbólico. Finalmente, el modelo se pone a prueba en la comunicación presidencial de López Obrador en las mañaneras.

## 2. Framing

El concepto *framing* proviene de la lengua inglesa. ¿Cuál sería la correcta traducción del concepto? La definición más conocida es la de «encuadre». Esta idea proviene de Teresa Sadaba quien inició los trabajos pioneros del *framing* en España y tradujo los conceptos de *framing* y *framing theory* como encuadre y teoría del encuadre (Sadaba, 2008: 19). Sin embargo, los estudios en ciencias sociales y humanidades nos indican que la traducción del concepto no es tan mecánica y simple. Los *frames* están más allá de representar una metáfora cinematográfica, más bien representan una metáfora ontológica, cognitiva y sociológica.

La reducción del *framing* y *frame* a encuadre ha originado una perspectiva teórico-metodológica cuantitativa orientada al análisis numérico de los encuadres que consume una audiencia que lee un periódico, o al estudio del porcentaje y la frecuencia con la que aparece una imagen o palabra en los medios de comunicación o en las redes sociales. En este sentido, los teóricos del encuadre reducen el *framing* a una metodología que asigna números a las observaciones e interpreta los datos contando y midiendo los objetos sociales. Pasando por desapercibido que el *framing* es la construcción, comunicación e interpretación de *frames* que requieren de un actor (*framer*) que los construya y los comunique.

En la opinión de Robert Entman: «A pesar de su omnipresencia en las ciencias sociales y las humanidades, en ninguna parte existe una declaración general de la teoría del *framing* que muestre exactamente cómo los *frames* se incrustan y se manifiestan en un texto, o cómo el *framing* influye en el pensamiento» (Entman 1993: 51). Entman distingue entre *framing* como el poder de un texto comunicativo (Entman 1993: 51) y *frames*, localizados en cuatro lugares: el comunicador, el texto, el receptor y la cultura (Entman 1993: 51-52). Años más tarde, señalaría que existe una diferencia entre un *schema* y un *frame*. Mientras que el concepto de *schemas* se refiere a los procesos interpretativos que ocurren en la mente humana, ideas y sentimientos archivados en la memoria, (Entman 2004: 6-7), el concepto de *frames* da cuenta de los textos

que forman parte de un proceso de reportaje sobre tres diferentes clases de objetos: eventos políticos, asuntos políticos y actores (Entman 2004: 23).

El concepto de *framing* ha sido empleado en los estudios de comunicación política, para designar el proceso a través del cual una fuente (una historia en medios como los periódicos o la televisión, o quizás un individuo en lo particular) define el problema de fondo que subyace en un problema político particular y subraya un conjunto de consideraciones relacionadas con ese tema. De acuerdo a Robert Entman el *framing* principalmente involucra selección y énfasis. Enmarcar (*to frame*) es seleccionar algunos aspectos de una realidad percibida para darles más relevancia en un texto comunicativo, para de esta manera promover una particular definición del problema, una evaluación moral, y/o recomendar un tratamiento o remedio para el problema descrito (Entman, 1993). Por su parte Thomas Nelson y colaboradores consideran que el *framing*, es el proceso mediante el cual una fuente de comunicación construye y define un problema social o político (*political issue*) para la audiencia (Nelson *et al.*, 1997).

### 3. Marcos sociales de la memoria

Los marcos sociales se refieren a las condiciones en las cuales las relaciones sociales son definidas, las reglas explícitas e implícitas que gobiernan la conducta humana en los escenarios de la vida cotidiana. En 1925, en su libro *Los marcos sociales de la memoria*, Maurice Halbwachs define a los marcos sociales de la memoria, como recuerdos estables que permiten a los actores sociales recuperar el pasado. Es en la sociedad «donde normalmente el hombre adquiere sus recuerdos, es allí donde los evoca, los reconoce y los localiza... «Es en este sentido que existiría una memoria colectiva y los marcos sociales de la memoria, y es en la medida en que nuestro pensamiento individual se reubica en estos marcos y participa en esta memoria que sería capaz de recordar» (Halbwachs, 2004: 8-9). De acuerdo a Halbwachs, los marcos colectivos de la memoria como «el resultado, la suma, la combinación de los recuerdos individuales de muchos miembros de una misma sociedad... estos marcos son –precisamente– los instrumentos que la memoria colectiva utiliza para reconstruir una imagen del pasado acorde con cada época y en sintonía con los pensamientos dominantes de la sociedad» (Halbwachs, 2004: 10).

Los marcos sociales de la memoria son de dos tipos: macro y micro. Los primeros son los marcos del tiempo, el espacio y el lenguaje. Los segundos son los marcos del grupo social al que se pertenece: la familia, la clase social, la religión, y permiten la rememorización individual y colectiva de todas las formas de la presencia del pasado que aseguran la identidad de los grupos sociales y de la nación.

El concepto de memoria colectiva guarda estrecha relación con los conceptos de tiempo y espacio. Como consecuencia de marcos temporales como las fechas, las memorias son ubicadas y evocadas. El tiempo matemático y abstracto, no le sirve a la memoria colectiva, para cada grupo social el tiempo tiene un significado diferente, no es lo mismo el calendario escolar que el re-

ligioso, no es lo mismo el calendario agrícola que el industrial. Las memorias de un grupo pueden ser enmarcadas en un tiempo continuo, cuantificable. La memoria colectiva encuentra su esencia en las experiencias de vida de los antecesores, el pasado vive en los testimonios y tradiciones, de tal manera que la memoria colectiva es una imagen reconstruida con elementos del presente. A diferencia de la historia que es una pintura de eventos sincrónicos, la memoria colectiva es reflejo de las tradiciones, emana de la conciencia e identidad de grupo. La memoria colectiva posee una dimensión espacial. Un grupo deja su huella en el espacio que ocupa. Este espacio tiene un especial significado para el grupo, las memorias tienen su soporte en imágenes espaciales: casas, calles, barrios. La memoria se encuentra vinculada al espacio en el que encuentra puntos de apoyo para situar los acontecimientos.

El primer grupo social al que pertenecemos es el de la familia. En este sentido, es que existe una memoria colectiva de la familia. Los recuerdos de familia se desarrollan, en muchos terrenos diferentes, cada quien se acuerda de manera particular del pasado familiar común. El marco de la memoria de la familia es un marco reconstruido, mediante la reflexión, los actores escogen ciertos rasgos (físicos por ejemplo). Una escena determinada que se ha desarrollado en la casa de la familia, donde los padres fueron los personajes, y que ha quedado marcada en nuestra memoria. Así, en el marco de la memoria familiar, encontramos rostros y hechos que se instalan como puntos de referencia.

Cuando Halbwachs habla de marcos se refiere a marcos de grupos. En vez de concebir la memoria únicamente como una facultad del individuo, Halbwachs desarrolla la idea de que existe una memoria individual y una memoria social. La memoria es adquirida, evocada, localizada y reconocida socialmente. Los grupos sociales poseen memoria que aseguran su identidad y permanencia. Estas memorias colectivas consisten en reconstrucciones de tradiciones, ideas e imágenes derivadas de experiencias concretas en el presente.

Los grupos construyen sus identidades vía la memoria colectiva (mitos, rituales y símbolos). El recuerdo es una reconstrucción del pasado con ayuda de datos tomados del presente, y preparada de hecho con otras reconstrucciones realizadas en épocas anteriores, por las que la imagen del pasado se ha visto ya muy alterada. El tiempo sirve para enmarcar los recuerdos. La identidad de un grupo se construye a través de narrativas y tradiciones con la finalidad de otorgar a sus miembros un sentido de comunidad. El grupo social es, en términos andersonianos, una comunidad imaginada. Independientemente de su tamaño, el grupo requiere de construir y mantener la unidad de sus miembros. La memoria colectiva, que se construye a través de narrativas, objetos, símbolos, tradiciones e imágenes, ayuda a conformar los lazos que mantienen unido al grupo.

La memoria colectiva se refiere a la distribución de creencias, sentimientos, juicios morales y conocimiento del pasado en la sociedad. La historia no es una construcción individual. Los símbolos, son vehículos de la memoria colectiva. La memoria colectiva es la socialización de creencias, sentimientos, valores y conocimientos del pasado. La memoria depende del entorno social, si examinamos el modo en que recordamos, reconoceremos que la mayor parte de nuestros recuerdos se manifiestan en el momento en que

nuestros parientes, amigos, u otras personas los evocan. Y es que pareciera que para comprender nuestras operaciones mentales, debemos partir del individuo y cortar todos los lazos que lo unen con la sociedad de sus semejantes. Sin embargo es en esta donde el hombre adquiere sus recuerdos, donde los evoca, los reconoce y los localiza. Nosotros nos acordamos de aquello que los otros nos inducen a recordar, lo que su memoria viene en ayuda de la nuestra y que la nuestra se apoya en la de ellos. Es decir, en la mayor parte de los casos los recuerdos son evocados desde afuera, y los grupos de los que formo parte me ofrecen en cada momento los medios de reconstruirlos, siempre y cuando me acerque a ellos y adopte, temporalmente sus modos de pensar. Las diversas memorias se prestan apoyo recíproco.

## 4. Marco

Se propone el concepto de marco como el término resultado de la síntesis de dos conceptos: *schemas* y *frames* que dan cuenta de un proceso de pensamiento y lenguaje. Es necesario distinguir entre *schemas* y *frames*, los primeros se refieren a los procesos interpretativos que ocurren en la mente humana y los segundos se refieren a los textos (Entman, 2004: 6-7). De tal manera que se puede hablar de la existencia de un *schema* del pensamiento y un *frame* de la comunicación. El primero, da cuenta de la comprensión cognitiva de un individuo sobre una situación determinada; el segundo, se refiere a las palabras, imágenes, frases y estilos de presentación que un orador (un político, un medio de comunicación) usa cuando transmite información sobre un tema o evento a una audiencia. Por su naturaleza dual, el concepto de marco nos permite analizar al discurso como un proceso cognitivo lingüístico. El concepto de marco forma parte del conjunto de categorías universales mediante las cuales, desde los orígenes de la ciencia y la filosofía, los intelectuales intentan explicar la multiplicidad de los fenómenos en el mundo en sus dimensiones cognitivas y lingüísticas.

En síntesis, podemos afirmar que los marcos tienen una doble vida, como *schemas* individuales y *frames* de los medios. Mientras que los primeros son las estructuras internas de la mente utilizadas para organizar y categorizar los valores y creencias. Los segundos son los dispositivos retóricos objetivos en el discurso político, que se presentan a través de los canales de comunicación (Kinder y Sanders, 1990: 74).

¿Dónde se pueden localizar los marcos del discurso? Mientras que los marcos forman parte en el discurso que utilizan los políticos para debatir en la esfera pública sobre diferentes asuntos políticos. Los marcos de la noticia, forman parte de un proceso de reportaje que los medios realizan sobre diferentes acontecimientos políticos y sociales. Los marcos de la protesta, forman parte de la acción colectiva realizada por los líderes, activistas y simpatizantes que un movimiento social lleva a cabo para comunicar sus demandas. Los marcos de los ciudadanos, son estructuras cognitivas que les permiten al público darle un significado a los asuntos políticos y a los actores políticos.

## 5. Crítica de los reduccionismos

Una década después de que Erving Goffman publicara en 1974 su obra *Frame analysis*, a mediados de los ochenta, surgió en los Estados Unidos el análisis de los marcos en los movimientos sociales; los pioneros fueron David Snow (1986) y William Gamson (1992). En el resto del mundo, varios investigadores continuaron ese trabajo. En Europa, Jürgen Gerhards, (1995); Antonio Rivas (1998); Donatella della Porta (2006). En América Latina, Aquiles Chihu (1999, 2006, 2018a, 2018b); Margarita López (2002) y Patricia Sorribas (2011). Desde entonces, aumenta el número de artículos publicados en revistas especializadas de investigación que aplican esta perspectiva teórico-metodológica. Más aún, ha traspasado las fronteras disciplinarias y se encuentra en otros campos de estudio en donde ha recibido el nombre de teoría del *framing*. En las últimas dos décadas, la teoría del *framing* ha ocupado un lugar preminente en las ciencias sociales y en las humanidades. En la sociología (Johnston y Noakes, 2005); la ciencia política (Schaffner y Sellers, 2010); la lingüística (Tannen, 1993). En el estudio de las campañas electorales, Grabe y Bucy (2009). En la investigación de los medios de comunicación, en Estados Unidos, Entman (2004), D'Angelo y Kuypers (2010). En el análisis de los medios de comunicación en España y América Latina, aparece con el nombre de teoría del encuadre, Sadaba (2001, 2008); Igartúa *et. al* (2005); Aruguete (2010); Muñiz (2011).

No obstante su éxito, aún hoy en día, la teoría del *framing* permanece como un paradigma fracturado, carente de un *status* científico y teórico (Entman, 1993). Existe una falta de consenso en relación a varias interrogantes: ¿Qué se entiende por *frames* y *framing*? ¿Dónde se pueden localizar? y en consecuencia, ¿Cómo se pueden interpretar? Este trabajo responde a estas interrogantes y señala los principales reduccionismos que impiden que esta perspectiva teórico-metodológica logre desarrollarse plenamente. Desde mi punto de vista, existen cuatro reduccionismos: del escenario, del actor, del mensaje y en la interpretación. El primero olvida que los objetos del *framing* (escenarios, actores y mensajes), varían de acuerdo a los estudios de caso. En los escenarios de la comunicación (campañas electorales, medios, protesta), participan distintos actores (líderes políticos, medios de comunicación, movimientos sociales), con diferentes mensajes (*spots*, noticias, protesta). Los escenarios son un marco para la acción y en ellos los actores construyen sus identidades. El modelo del *framing* simbólico se aplica a los tres escenarios de la comunicación política: campañas electorales, medios y protestas. El segundo pasa por alto que en los escenarios de la comunicación (campañas electorales, medios, protesta), participan distintos actores (partidos y líderes políticos, medios de comunicación, movimientos sociales). El tercero consiste en la simplificación de los *frames* a encuadres y palabras (olvidando las imágenes visuales, verbales y sonoras). El cuarto consiste en la simplificación de los *frames* a encuadres y números (dejando de lado la ideología, las emociones y los símbolos).

Con la finalidad de superar los obstáculos epistemológicos de estos reduccionismos se propone el modelo del *framing* simbólico como una perspectiva teórico-metodológica transdisciplinaria. El modelo se sustenta en la idea de que existen hechos simbólicos tales como los marcos, las concepciones del mundo, ideologías, representaciones, visiones retóricas.



## 6. Framing simbólico

Los conceptos de *framing*, *frame* y encuadre no son sinónimos ni tienen el mismo significado. El concepto de *framing* se deriva del concepto *frame*. *Framing* es un verbo que proviene del nombre *frame*, y como tal sugiere una acción y un proceso. El *framing* se puede equiparar al verbo *to frame* que significa enmarcar, situar o ubicar en un *frame* o marco. La desaparición de los conceptos *framing* y *frame*, y su sustitución por el concepto de encuadre ha originado una perspectiva teórico-metodológica cuantitativa orientada al análisis numérico de los encuadres que consume una audiencia que lee un periódico, o al estudio del porcentaje y la frecuencia con la que aparece una imagen o palabra en los medios de comunicación o en las redes sociales. En consecuencia, los teóricos del encuadre reducen el *framing* a una metodología que asigna números a las observaciones e interpreta los datos contando y midiendo los objetos sociales. Pasando por desapercibido que el *framing* es la construcción y comunicación de *frames*, que requieren de un actor (*framer*) que los construya, los comunique y los actúe.

El *framing* simbólico da cuenta de cómo los seres humanos llegan a compartir una realidad simbólica en común. El *framing* simbólico explica, cómo un conjunto de personas son categorizadas por ejemplo, como feministas, explica cómo las colectividades construyen una visión retórica que provee significado, emoción y motivos para la acción colectiva. Dos premisas sostienen esta teoría: 1) la realidad es creada simbólicamente; 2) significados, emociones y motivos para la acción constituyen el contenido manifiesto de un mensaje.

A través de discursos, conversaciones, discusiones, mensajes, los actores políticos y sociales construyen una visión de la realidad colectiva compartida que ordena su visión del mundo. La premisa fundacional del *framing* simbólico podemos resumirla como sigue: las personas se identifican con varios mundos sociales (grupos de referencia), y aprenden a través de la comunicación los marcos simbólicos culturales, de esos mundos sociales, y usan estos marcos para definir e interpretar las situaciones que se encuentran cotidianamente.

Los individuos no perciben la realidad directamente, sino a través de los marcos, que son adquiridos al interior de los grupos sociales. Las palabras son símbolos, pero también los objetos físicos, y más aún, las acciones de los actores pueden adquirir el estatus de símbolos. De una manera más general, un objeto o una acción, adquieren el carácter de simbólicos, porque los actores que los observan perciben que representan algo más de lo que son. El símbolo supone entonces, la actividad de interpretación por parte de los actores sociales, es decir, el intento por determinar el significado de un símbolo. En la medida en que, el significado de un símbolo es convencional (producto del acuerdo al interior de un grupo social), el acto de interpretación consiste en ubicar el significado correcto de un símbolo de acuerdo con el sistema de significados propio del grupo social donde ocurre la acción.

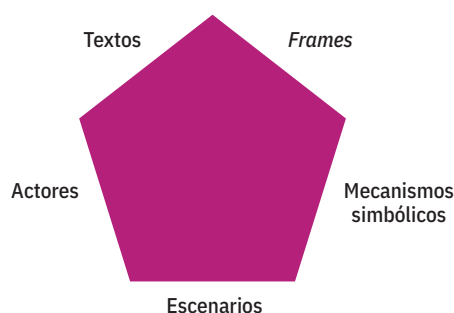
El lenguaje es el sistema simbólico más desarrollado que poseen los seres humanos. Ello es así porque las palabras, no tienen otro uso que el de ser símbolos. Las palabras, son objetos sociales cuyo uso único es el de servir como símbolos, es decir como representantes de objetos o acciones. El len-

guaje, es la herramienta utilizada para referirse o representar la realidad. Mediante el lenguaje, los marcos son expresados. En síntesis, los marcos, no son sino un conjunto de símbolos expresados a través del lenguaje, mediante los cuales definimos a la realidad, es decir, percibimos, categorizamos y clasificamos, una serie de objetos físicos y sociales.

## 7. El modelo del *framing* simbólico

*Framing* significa hacer visible un *frame*, objetivarlo, representarlo. *Frame* es una estructura abstracta de significado que se encuentra tanto en la mente como en el discurso. A continuación se enumera el procedimiento analítico, tendiente a reconstruir los *frames* o marcos del discurso de los diferentes actores de la comunicación política. Los pasos metodológicos a seguir son cinco: primero se ubica el escenario; segundo, se identifican los actores; tercero, se localizan los textos de los actores relevantes; cuarto, a partir de los textos, se identifican e interpretan los *frames*; quinto, a partir de los *frames* se identifican los mecanismos simbólicos. La Figura 1 muestra el modelo pentiádico del *framing* simbólico.

Figura 1. El *framing* simbólico.



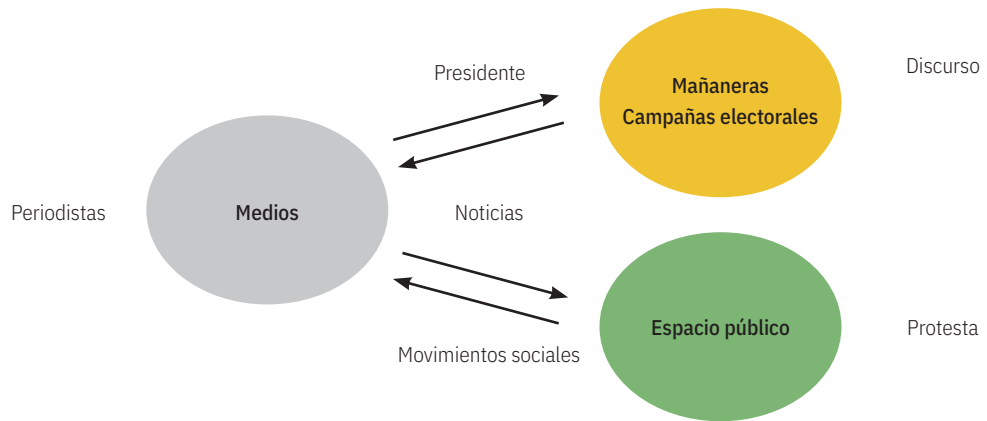
Fuente: elaboración propia.

Un escenario es una arena política donde existe un problema, un actor protagonista, un actor antagonista y una audiencia, es el lugar concreto en el que cobran vida las controversias y los conflictos políticos:

- Ejemplos de los escenarios de la protesta son las manifestaciones, los mítines, los bloqueos de calles y carreteras o las fábricas en huelga.
- Ejemplos de los escenarios de los medios son las noticias nacionales e internacionales.
- Ejemplos de los escenarios en las campañas electorales son los mítines, los debates, las entrevistas en televisión, o los *spots* políticos en televisión.

El modelo del *framing* simbólico se aplica en los diferentes escenarios de la comunicación: campañas electorales, medios de comunicación y protestas. La Figura 2 muestra los distintos escenarios de la comunicación política con sus actores y textos.

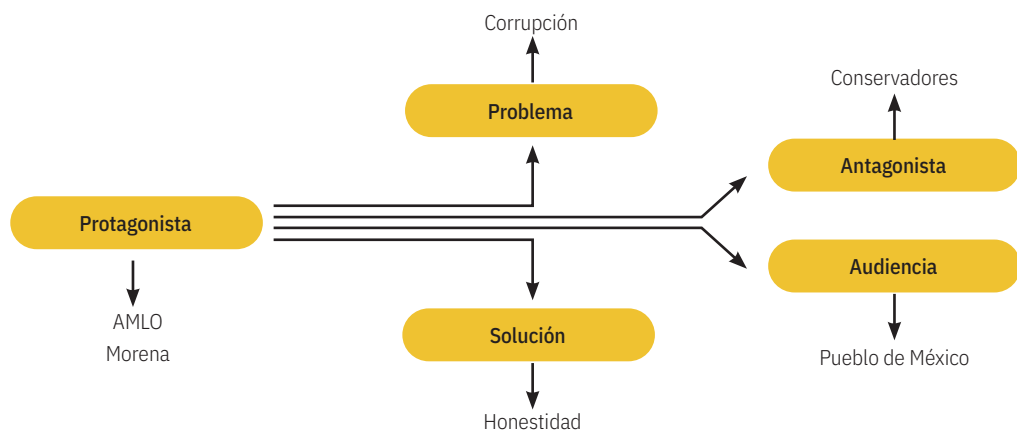
Figura 2. Escenarios, actores y textos.



Fuente: Chihu (2021b).

Para llegar a la presidencia, López Obrador opuso el *frame* o marco de la cuarta transformación al marco de la corrupción. Cuando el marco y los símbolos del *status quo* son rechazados se da una ruptura en el marco dominante y surge un marco de cambio social. La negación del marco del *status quo* trae como consecuencia un rechazo a las estructuras de valor del orden social vigente. La Figura 3 muestra el *frame* de la cuarta transformación.

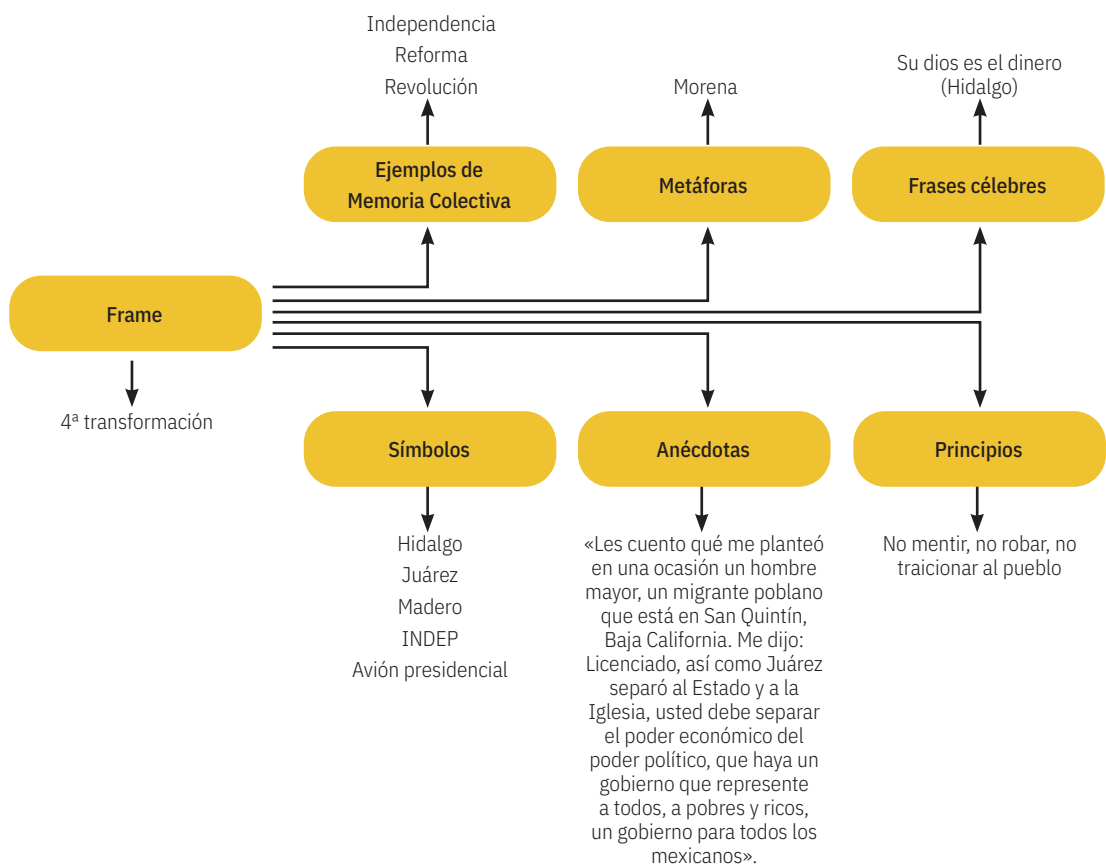
Figura 3. *Frame* de la cuarta transformación.



Fuente: Chihu (2022b).

El modelo del *framing* simbólico forma parte de las teorías simbólicas de la comunicación que explican cómo los actores políticos y sociales construyen una visión retórica que provee significado y motivos para la participación política de la audiencia. El modelo permite explicar cómo la comunicación de un marco significa situar un asunto de política, un acontecimiento o un actor, en un contexto simbólico más amplio con la finalidad de influir en la opinión pública. La comunicación presidencial de López Obrador en las mañaneras comprende varios mecanismos simbólicos: ejemplos de memoria colectiva, símbolos, metáforas, anécdotas, frases célebres, principios. La Figura 4 los muestra.

Figura 4. Mecanismos simbólicos.



Fuente: Chihu (2022c).

## 8. Las mañaneras

Los rituales políticos muestran el poder del Estado. Ejemplos de rituales políticos serían los sacrificios aztecas, la coronación de la Reina de Inglaterra, los funerales de estado otorgados a John Kennedy, a Mao Tse-Tung, la quema

de cruces del Ku Klux Klan. Las elecciones constituyen el ritual político en las sociedades democráticas liberales, son la afirmación simbólica de que los votantes aceptan el sistema político y su papel en él. En la lucha por el poder en una sociedad democrática, el político debe convertirse en un símbolo colectivo que contiene los valores que los ciudadanos aprecian más.

Las mañaneras son un ritual político cuya función es la de construir y legitimar el marco de la cuarta transformación. Las mañaneras constituyen la puesta en escena en la que López Obrador construye una identidad colectiva nacional evocando a Hidalgo, Juárez y Madero. En el *performance* de cada semana, López Obrador establece su agenda, comunica y construye su concepción de un cambio social frente al pueblo de México. Esta investigación parte de la premisa de que el *framing* es un proceso de construcción, comunicación e interpretación de marcos o *frames*. López Obrador inicia un proceso de ruptura con el marco dominante (la corrupción) y lo sustituye por el marco de un nuevo orden político y social (la cuarta transformación). Los problemas no existen, hasta que son interpretados como tales, y en esta tarea de atribución de significado y definición de la realidad política y social, los marcos cumplen una función muy importante.

Imagen 1. La mañanera.



Fuente: <https://www.gob.mx/presidencia/galerias/conferencia-de-prensa-del-presidente-andres-manuel-lopez-obrador-del-15-de-julio-de-2022>.

## 9. El marco de la cuarta transformación

El marco de la cuarta transformación del movimiento que encabeza López Obrador se construye sobre las bases de una narrativa particular: México atraviesa el umbral de un proceso político que definirá el destino del país, un

acontecimiento semejante al de la Independencia, la Reforma y la Revolución mexicana. El dirigente que encabeza este proceso en su cuarta fase, es López Obrador y los partidos del PT, del Movimiento Regeneración Nacional (morena) y Encuentro social.

Para llegar a la presidencia, López Obrador opuso el marco de la cuarta transformación al marco de la corrupción que representa el abuso de un cargo o poder público en beneficio privado. La corrupción consiste en una conducta que se desvía de los deberes de un funcionario público en favor de una ganancia privada (personal, familiar o de una camarilla privada), ya sea monetaria, o como mejoría de *status*. La corrupción significa quebrantar una ley para beneficio privado. La corrupción como soborno es el uso de una retribución para pervertir el juicio de una persona que se encuentra en una posición de confianza, como el nepotismo o el otorgamiento de un patrocinio por intereses de relaciones y no en base a los méritos profesionales, es decir, se trata de una apropiación indebida de recursos públicos para beneficio privado. También el clientelismo es un tipo de corrupción, como sistema de privilegios en el cual ciertos recursos son controlados por los patrones y cambiados por distintas clases de apoyo. En este sentido, la corrupción involucra además del pago de dinero, el intercambio de favores y beneficios. Existen distintos tipos de corrupción que varían en relación al tipo de actor que comete el acto. La corrupción de Estado (que involucra a agentes del Estado), la corrupción política (que practican los partidos políticos), la corrupción privada y la corrupción no gubernamental.



## 10. Símbolos del *status quo*

Norman Fairclough (1989) ha dejado de manifiesto que el discurso tiene efectos en las estructuras sociales, además de estar determinado por ellas. De esta manera, el discurso contribuye al mantenimiento de la continuidad social o del cambio social. Esto es así, porque existe una relación dialéctica entre el discurso y las estructuras sociales. El hecho de que el discurso asuma tal importancia en términos de las relaciones de poder y en la lucha por el poder, obedece a que el control sobre los órdenes del discurso de parte de los grupos y las instituciones en el poder constituye un factor determinante en el mantenimiento de ese poder. En la narrativa de López Obrador, el avión presidencial y el instituto para devolver al pueblo lo robado constituyen símbolos del *status quo* y del cambio social respectivamente.

Los símbolos del *status quo* –del estado de cosas dominante– son las representaciones icónicas del sistema de valores prevalecientes, de manera que, generan un *frame* de aceptación en el que las personas son leales a estos símbolos. Por el contrario, cuando los símbolos del *status quo* son rechazados y ya no son aceptados, se quiebra el *frame* dominante y surge un *frame* de cambio social en el que los símbolos del *status quo* son confrontados. La negación del *frame* del *status quo* trae como consecuencia un rechazo a los símbolos y las estructuras de valor del orden social vigente. La negación del *frame* del *status quo* conlleva un proceso político, social y cultural, en que el *status quo* es sometido a crítica, sus símbolos son confrontados abiertamente, y surgen


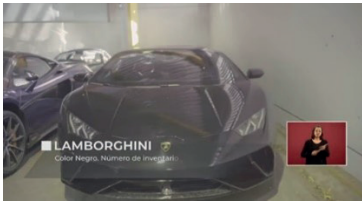
nuevos símbolos que se oponen a los valores políticos, sociales y culturales predominantes. Cuando llegó a la presidencia, López Obrador se propuso derribar los símbolos del *status quo*: la pensión a los expresidentes, el avión presidencial (Tabla I).

Tabla I. Mañanera 24 abril 2019.

Framing visual	Framing sonoro	
Escenarios Actores	Framing verbal	
	Texto Escrito	Texto Oral
 	<p>José María Morelos y Pavón.</p> <p>Fuerza Aérea Mexicana</p>	<p>Voz de mujer: Como parte de la política de austeridad el Gobierno de México, bajo los principios de responsabilidad y uso eficiente de los recursos públicos, anunció la enajenación del avión presidencial TP-01, José María Morelos y Pavón, y de todas las aeronaves que no son relevantes para su operación.</p> <p>Aeronaves cuyo uso estuviera dedicado a la transportación ejecutiva de servidores públicos que no cumplieran funciones directamente relacionadas con los programas y acciones de las dependencias y que no tuvieran una vocación clara en beneficio de la ciudadanía.</p>
		Música de piano lenta

Fuente: elaboración propia.

Tabla II. Mañanera 10 diciembre 2019.



Framing visual	Framing sonoro	
Escenarios Actores	Framing verbal	
	Texto Escrito	Texto Oral
 	<p>FERRARI (Subasta).</p> <p>MACLAREN (Subasta).</p> <p>LAMBORGHINI (subasta).</p>	<p>López Obrador: Esto es lo de la subasta.</p> <p>Recordar a todos los participantes que no solo es obtener un bien, sino hacer el bien, que los que compren estos automóviles, los aviones, las casas, nos ayudan porque el dinero se entrega o se utiliza para hacer caminos, obras en los municipios más pobres de México.</p>

Fuente: elaboración propia.

En las mañaneras del 2019, López Obrador anunció la creación de un instituto para devolver al pueblo lo robado, que se encargaría de canalizar los bienes incautados obtenidos por la corrupción, o decomisados al crimen organizado: ranchos, residencias, joyas, dinero en efectivo, motocicletas, automóviles, camionetas, tracto camiones, camiones, tractores agrícolas, autobuses, remolques, un BMW blindado, un Audi blindado, helicópteros y aviones (Tabla II).

En enero del 2020, López Obrador puso en venta el avión presidencial, 60 aeroplanos y 70 helicópteros. Ratificó la decisión de eliminar el uso de aviones para el traslado de funcionarios, quienes de hoy en adelante deberán transportarse en líneas comerciales. Este programa incluye la subasta de todos los vehículos del gobierno anterior, incluidos 254 automóviles y motocicletas.

Tabla III. Mañanera 27 julio 2020.

Framing visual	Framing sonoro	
Escenarios Actores	Framing verbal	
	Texto Escrito	Texto Oral
	<p>Conferencia de prensa</p> <p>Fuerza Aérea Mexicana</p>	<p>López Obrador: Se va a informar sobre la historia de la compra de este avión. El propósito es para dar a conocer al pueblo de México cómo se mal gobernaba al país, cómo había lujos en el gobierno durante todo el período neoliberal, se le daba la espalda al pueblo, sobre todo a la gente humilde, a la gente pobre y los altos funcionarios vivían colmados de privilegios, de atenciones.</p>
	<p>José Ma. Morelos y Pavón</p>	<p>¿Qué decía Morelos en sus Sentimientos de la nación? Que se modere la indigencia y la opulencia, que se eleve el salario del peón, que se eduque al hijo del campesino, igual que al hijo del más rico hacendado, que haya tribunales que defiendan al débil de los abusos que comete el fuerte.</p>

Fuente: elaboración propia.

En declaraciones López Obrador señalaba: «Se trata de un palacio para los cielos, una ofensa para el pueblo de México; no me voy a subir a ese avión». «La pretensión de rifar el avión presidencial no es una idea descabellada, es una forma de corregir un daño patrimonial heredado de una mentalidad faraónica». El Boeing 787-8 José María Morelos, símbolo del pasado, fue comprado por el presidente Felipe Calderón, y también fue utilizado por Enrique Peña Nieto, cubriendo 6,000 kilómetros en 214 viajes estatales. Diseñado inicialmente para llevar 242 pasajeros, fue adaptado para transportar únicamente a 80. En el interior del avión se construyó un restaurante, la suite presidencial y una sala de trabajo. Su costo es de poco más de 218 millones de dólares. El avión será el primer premio en una lotería que se rifará des-



pués que lo permita la pandemia. Cada boleto costará 500 pesos, y saldrán a la venta 6 millones de boletos. Obrador explicó que es una opción que tiene como objetivo «devolver a los mexicanos lo que los mexicanos han pagado de sus propios bolsillos.» El ganador tendrá derecho a estacionar el avión en un hangar hasta que alguien lo compre.

El mes de julio de 2020, se muestra el avión en la mañanera. El escenario es el hangar de la Fuerza Aérea Mexicana en el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México construido para albergar el avión. Entra López Obrador y funcionarios del gabinete de seguridad, la Secretaria de Gobernación Olga Sánchez Cordero, la Jefa de Gobierno de la Ciudad de México Claudia Sheinbaum entre otros.

## 11. Conclusiones

El *framing* o construcción, comunicación e interpretación de marcos o *frames*, constituye un análisis del lenguaje de liderazgo, simbólico y emocional. López Obrador inicia un proceso de ruptura con el marco dominante (la corrupción) y lo sustituye por el marco de un nuevo orden político y social (la cuarta transformación). Los problemas no existen, hasta que son interpretados como tales, y en esta tarea de atribución de significado y definición de la realidad política y social, los marcos cumplen una función muy importante.

Las mañaneras son un ritual político cuya función es la de construir y legitimar el marco de la cuarta transformación. Las mañaneras, constituyen la puesta en escena en la que López Obrador construye una identidad colectiva nacional evocando a Hidalgo, Juárez y Madero. En el *performance* de cada semana, López Obrador establece su agenda, comunica y construye su concepción de un cambio social frente al pueblo de México.

El modelo del *framing* simbólico forma parte de las teorías simbólicas de la comunicación que explican cómo los actores políticos y sociales construyen una visión retórica que provee significado y motivos para la participación política de la audiencia. Este análisis permite conocer los mecanismos mediante los cuales los objetos físicos, sociales y abstractos, adquieren un significado simbólico. El enfoque permite interpretar cómo los seres humanos llegan a compartir una realidad simbólica común, como, por ejemplo, un conjunto de personas son categorizadas como feministas.

Al igual que existen hechos materiales y sociales, existen hechos simbólicos como las concepciones del mundo, ideologías, representaciones, visiones retóricas y *frames*. La premisa fundacional del modelo del *framing* simbólico se puede resumir de la manera siguiente: las personas se identifican con varios mundos sociales (grupos de referencia), y aprenden a través de la comunicación los marcos simbólicos culturales, de esos mundos sociales, y usan estos marcos para definir e interpretar las situaciones que se encuentran cotidianamente. Los individuos no perciben la realidad directamente, sino a través de los marcos que son adquiridos al interior de los grupos sociales.

El modelo del *framing* simbólico pertenece a las teorías del constructivismo social (Berger y Luckmann, 1968). Los enfoques objetivistas acerca de los problemas políticos y sociales nos llevan a concentrarnos en lo real, lo tangible del mundo físico habitado por los seres humanos. Las perspectivas constructivistas no se enfocan únicamente en el mundo objetivo, sino en el significado que los humanos crean. La perspectiva construccionista constituye un enfoque subjetivo ya que estudia los problemas políticos y sociales como definiciones subjetivas, ya que una condición objetiva no se considera un problema político y social en tanto no se nombre como tal y no se le atribuya un significado. Por ello, es necesario reiterar que un problema social no existe hasta que es definido como tal. Las condiciones objetivas pueden existir y pueden existir personas que están sufriendo un daño, pero si los seres humanos no las consideran problemáticas y susceptibles de ser reparadas, entonces no serán catalogadas como problemas políticos y sociales. El avión presidencial y el instituto para devolver al pueblo lo robado constituyen construcciones simbólicas para representar un cambio social.

## Referencias bibliográficas

- Aruguete, N. (2010): «Los encuadres noticiosos en los medios argentinos. Un análisis de la privatización de ENTEL». *América Latina Hoy*, (54): 113-137. <https://doi.org/10.14201/alh.6958>
- Berger, P. y Luckmann, T. (1968): *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires. Amorrortu.
- Chihu, A. (1999): «Estrategias simbólicas y marcos para la acción colectiva». *Polis, Anuario de Sociología*, (99): 41-65. <https://polismexico.izt.uam.mx/index.php/rp/article/view/364>
- Chihu, A. (2006): *El «análisis de los marcos» en la sociología de los movimientos sociales*. México: Miguel Ángel Porrúa, Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa.
- Chihu, A. (2008): *El framing de los debates presidenciales en México (1994-2006)*. México: Ed. MAPorrúa, UAM- Iztapalapa.
- Chihu, A. (2010a): *El framing del spot político*. México: Ed. MAPorrúa, UAM-Iztapalapa,
- Chihu, A. (2010b): *El framing de la prensa*. México: Ed. MAPorrúa, UAM- Iztapalapa.
- Chihu, A. (2012): «La teoría del *framing*: un paradigma interdisciplinario». *Acta Sociológica*, (59): 77-101. <https://doi.org/10.22201/fcpys.24484938e.2012.59.33119>
- Chihu, A. (2014): «El *framing* del antagonista en los debates presidenciales: México 2012». *Polis, Anuario de Sociología*, 10(1):109-132. <https://polismexico.izt.uam.mx/index.php/rp/article/view/43>
- Chihu, A. (2016): «Marcos de acción colectiva en el movimiento de El Barzón.». *Región y Sociedad*, 28(66): 321-337. <https://doi.org/10.22198/rys2016/28/401>
- Chihu, A. (2018a): «Los marcos de la experiencia». *Sociológica*, 93(33): 87-117. <http://www.sociologicamexico.azc.uam.mx/index.php/Sociologica/article/view/1282>
- Chihu, A. (2018b): «Frames del discurso público en la arena política del 68». *Polis Anuario de Sociología*, 14(1): 81-105. <https://doi.org/10.24275/uam/izt/dcsh/polis/2018v14n1/Chiu>

- Chihu, A. (2021a): «Teoría de los marcos del discurso en los *spots* de López Obrador en 2018». *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 66(241): 405-427. <https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2020.241.67901>
- Chihu, A. (2021b): *Frames de la comunicación política. Spots de las campañas presidenciales 2000-2018*. México: Comunicación, Gedisa.
- Chihu, A. (2021c): «Teoría de los marcos del discurso en los movimientos sociales». *Revista Mexicana de Estudios de los Movimientos Sociales*, 5(2): 6-29. <https://www.revistamovimientos.mx/ojs/index.php/movimientos/article/view/270>
- Chihu, A. (2022a): «Frames de la comunicación. Los debates presidenciales en México 2018». *Interdisciplina* 10(26): 241-265. <https://doi.org/10.22201/ceiich.24485705e.2022.26.80977>
- Chihu, A. (2022b): «Los marcos del discurso de López Obrador durante la campaña presidencial en México 2018». En: C. Muñoz (Coord.): *Framing y Política. Aportaciones empíricas desde Iberoamérica*. México: Tirant Humanidades, pp. 171-212.
- Chihu, A. (2022c). «El *framing* del discurso de la campaña presidencial de López Obrador». Iztapalapa. *Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 43(93): 255-278. México.
- D'Angelo, P. y Kuypers, J. (2010): *Doing News Framing Analysis. Empirical and Theoretical Perspectives*. Nueva York: Routledge.
- Della Porta, D. (2006): *Social movements, political violence, and the state: A comparative analysis of Italy and Germany*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Entman, R. (1993): «Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm». *Journal of Communication*, 43(4): 51-58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Entman, R. (2004): *Projections of power: Framing news, public opinion, and US foreign policy*. United States of America: University of Chicago Press.
- Fairclough, N. (1989): *Language and power*. London and New York: Longman.
- Gamson, W. (1992): *Talking politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Gerhards, J. (1995): «Framing dimensions and *framing* strategies: contrasting ideal- and real-type *frames*». *Social Science Information*, 34(2): 225-248. <https://doi.org/10.1177/053901895034002003>
- Goffman, E. [1974] (2006): *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. London: Harper and Row.
- Grabe, M. y Bucy, E. (2009): *Image bite politics: News and the visual framing of elections*. EUA: Oxford University Press.
- Halbwachs M. [1925] (2004): *Los marcos sociales de la memoria*. Venezuela: Editorial Anthropos.
- Igartúa, J. J.; Muñoz, C. y Cheng, L. (2005): «La inmigración en la prensa española. Aportaciones empíricas y metodológicas desde la teoría del encuadre noticioso. Migraciones». *Publicación del Instituto Universitario de Estudios sobre Migraciones*, (17): 143-181. <https://revistas.comillas.edu/index.php/revistamigraciones/article/view/4220>
- Johnston, H. y Noakes, J. (2005): *Frames of protest: Social movements and the framing perspective*. EUA: Rowman & Littlefield Publishers.
- Kinder, D. y Sanders, L. (1990). «Mimicking political debate with survey questions: The case of white opinion on affirmative action for blacks». *Social Cognition*, 8(1): 73-103.

- López, M. (2002): *Protesta y cultura en Venezuela: los marcos de acción colectiva en 1999*. Buenos Aires: Clacso.
- Muñiz, C. (2011): «Encuadres noticiosos sobre migración en la prensa digital mexicana: Un análisis de contenido exploratorio desde la teoría del *framing*». *Convergencia*, 18(55): 213-239. <https://convergencia.uaemex.mx/article/view/1138>
- Nelson T; Oxley Z. y Clawson, R. (1997): «Toward a psychology of *framing* effects». *Political Behavior*, 19(3): 221-246. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1023/A:1024834831093>
- Presidencia de la República (2022): «Conferencia de prensa del presidente Andrés Manuel López Obrador del 15 de julio de 2022» (en línea). Disponible en: <https://www.gob.mx/presidencia/galerias/conferencia-de-prensa-del-presidente-andres-manuel-lopez-obrador-del-15-de-julio-de-2022>
- Rivas, A. (1998): «El análisis de marcos: una metodología para el estudio de los movimientos sociales». En P. Ibarra y B. Tijerina: *Los movimientos sociales: transformaciones políticas y cambio cultural*. Madrid: Trotta, pp. 181-215.
- Sádaba, T. (2001): «Origen, aplicación y límites de la 'teoría del encuadre' (*framing*) en comunicación». *Comunicación y Sociedad*, XIV(2): 143-175. <https://doi.org/10.15581/003.14.36373>
- Sádaba T. (2008): *Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo-medios*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- Schaffner, B. y Sellers, P. (2010): *Winning with words: the origins and impact of political framing*. Londres, Routledge.
- Snow, D.; Burke R.; Worden S. y Benford, R. [1986] (2006): «Procesos de alineamiento de marcos, micromovilización y participación en movimientos». En A. Chihu (coord.): *El análisis de los marcos en la sociología de los movimientos sociales*. México: MA Porrúa, Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa, pp. 31-82.
- Sorribas, P. (2011): «Acción política y *frame analysis*: Convergencias y divergencias entre media *frame* y marcos de acción colectiva». *Perspectivas de la Comunicación*, 4(1): 92-105. <https://revistas.ufro.cl/ojs/index.php/perspectivas/article/view/109>
- Tannen, D. (1993): *Framing in discourse*. Oxford: Oxford University Press.



©Derechos del autor o autores. Creative Commons License. Este artículo está bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0.  
 ©Copyright of the author or authors. Creative Commons License. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License.