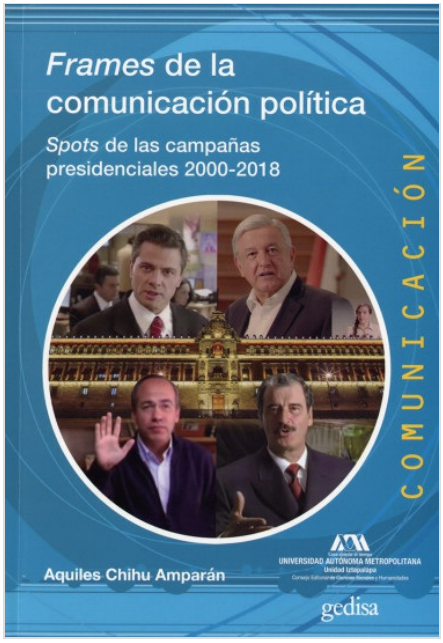
Frames de la comunicación política

Spots de las campañas presidenciales 2000-2018

Autor
Aquiles Chihu Amparán

Sinopsis

En este libro se propone el modelo de los frames de la comunicación política para el análisis del discurso de diferentes actores: políticos, periodistas y movimientos sociales. Esta perspectiva teórico-metodológica transdisciplinaria, significa un retorno a los clásicos de la sociología y la comunicación política, destacando la centralidad del concepto de marco o frame como piedra angular en el desarrollo de una teoría de la comunicación. Los frames constituyen formas de lenguaje e imágenes mentales que se encuentran en la base de todo proceso comunicativo. Se parte de la premisa de que el framing es un proceso simbólico de construcción y comunicación de significado, que se lleva a cabo mediante el uso de esas formas de lenguaje e imágenes mentales en los textos comunicativos. el modelo se aplica a los spots de los candidatos ganadores en las elecciones presidenciales en México del 2000 al 2018. El modelo permite analizar la estructura, arquitectura o anatomía de los spots políticos televisados, tanto en el framing de la campaña presidencial (inicio y cierre de campaña, imagen, ataque, defensa, problema, solución del problema) como en el framing audiovisual (framing visual, verbal y sonoro).



Impreso

Año de publicación: 2020

Presentación: Libro

Tamaño: 22.5 x 15.5 x 1 cm

Número de páginas del contenido principal: 162 Páginas

ISBN13: 9786072819115

$297 MXN

AC

Sobre el autor

Aquiles Chihu Amparán

Es profesor investigador en la licenciatura de Ciencia Política y en el Posgrado Integral de Ciencias Administrativas de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa.

Palabras clave

Comunicación política; Campañas políticas-méxico; Campaña-enrique peña nieto; Campaña-vicente fox; Campaña-felipe calderón; Campaña-amlo

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen

Director de Laboratorio de Comunicación Política de esa institución. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores nivel II. Se ha dedicado a desarrollar la teoría del framing aplicándola al análisis de las campañas presidenciales, spots políticos, debates presidenciales, prensa y movimientos sociales.

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen