

# Framing: ¿Desde dónde entendemos la realidad? Aplicaciones a la economía a partir de la “Economía de la Donut”

URBANISMO CIUDADANO:

**GUIA EINSTEIN - IDEAS CLAVES**

[convidalacalle.org](http://convidalacalle.org)

2021



Ignacio Oliva  
Laboratorio de Cambio Social/SUS 2041  
PUC CEDEUS BRT+  
[convidalacalle.org](http://convidalacalle.org)



## FRAME = MARCO

Los seres humanos nos aproximamos a la realidad a través de nuestros procesos cognitivos. Dichos procesos se fundan en nuestras creencias y perspectivas, lo que tiene como resultado el que nuestra forma de entender la realidad siempre esté *teñida* (o *enmarcada*) por nuestra experiencia previa.

*Framing* (que podría ser traducido como encuadrar) hace referencia al proceso consciente de cambiar la perspectiva desde donde se entiende un fenómeno, de modo de cambiar nuestro entendimiento y valoración de este.

Este ejercicio es ampliamente utilizado en la esfera pública (publicidad, política, etc), ya que permite cambiar la opinión y valoración de audiencias sobre un tema a pequeña o gran escala. Para lograrlo se utilizan todo tipo de recursos narrativos, discursivos o gráficos, entre otros.

---

## Perspective

by  
@jaceavery

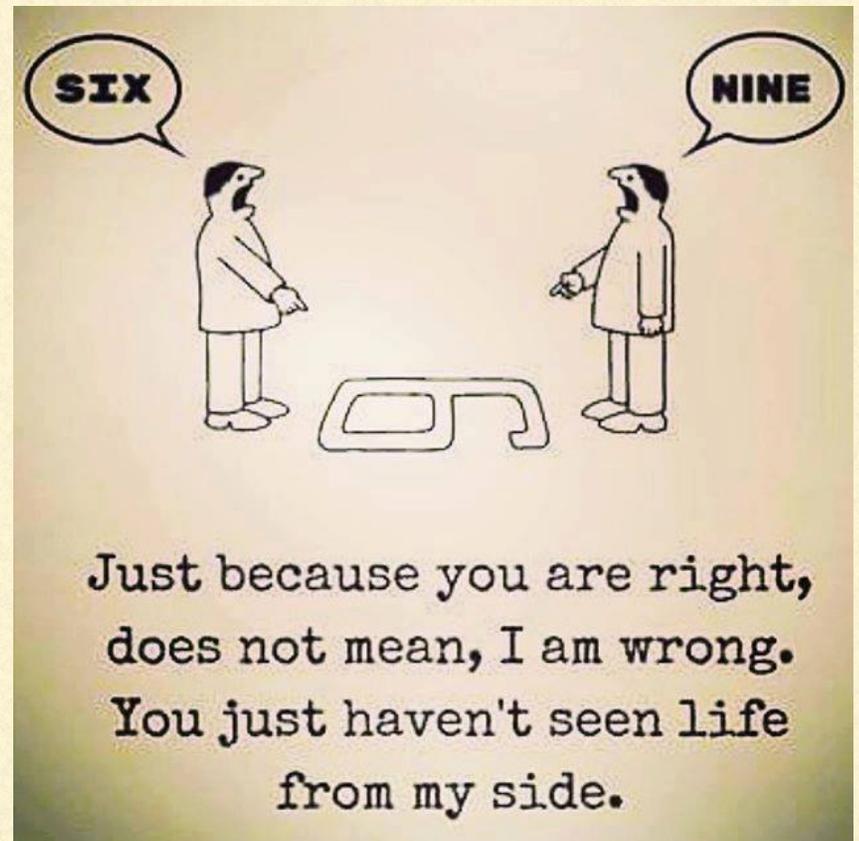
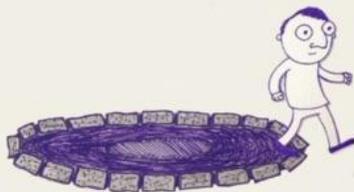
FOR A LONG TIME  
I THOUGHT I WAS AT THE  
BOTTOM OF AN INESCAPABLE PIT



AND THEN ONE DAY  
I REALIZED IT WAS JUST  
A CIRCLE ON THE GROUND



AND SUDDENLY,  
I COULD  
LEAVE AT  
ANYTIME



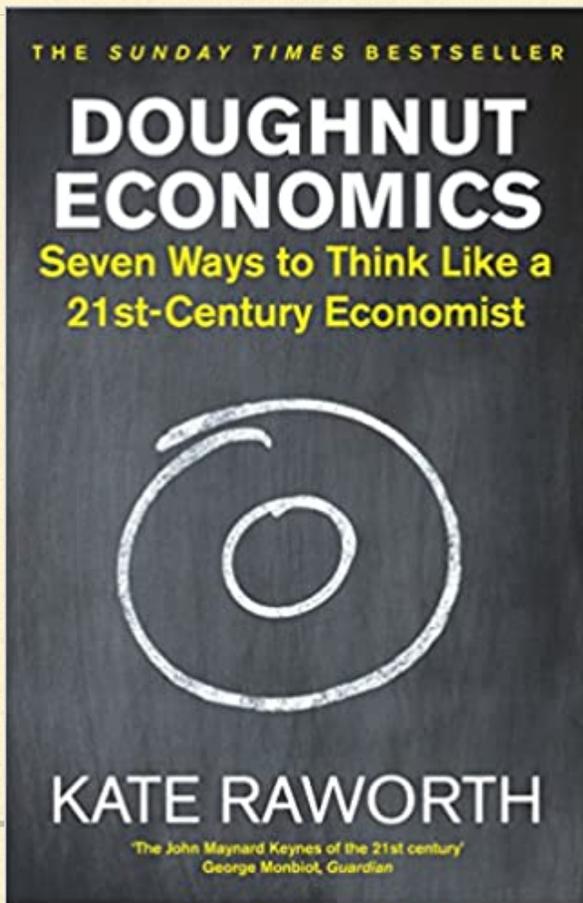
---

# Aplicación a la economía

---

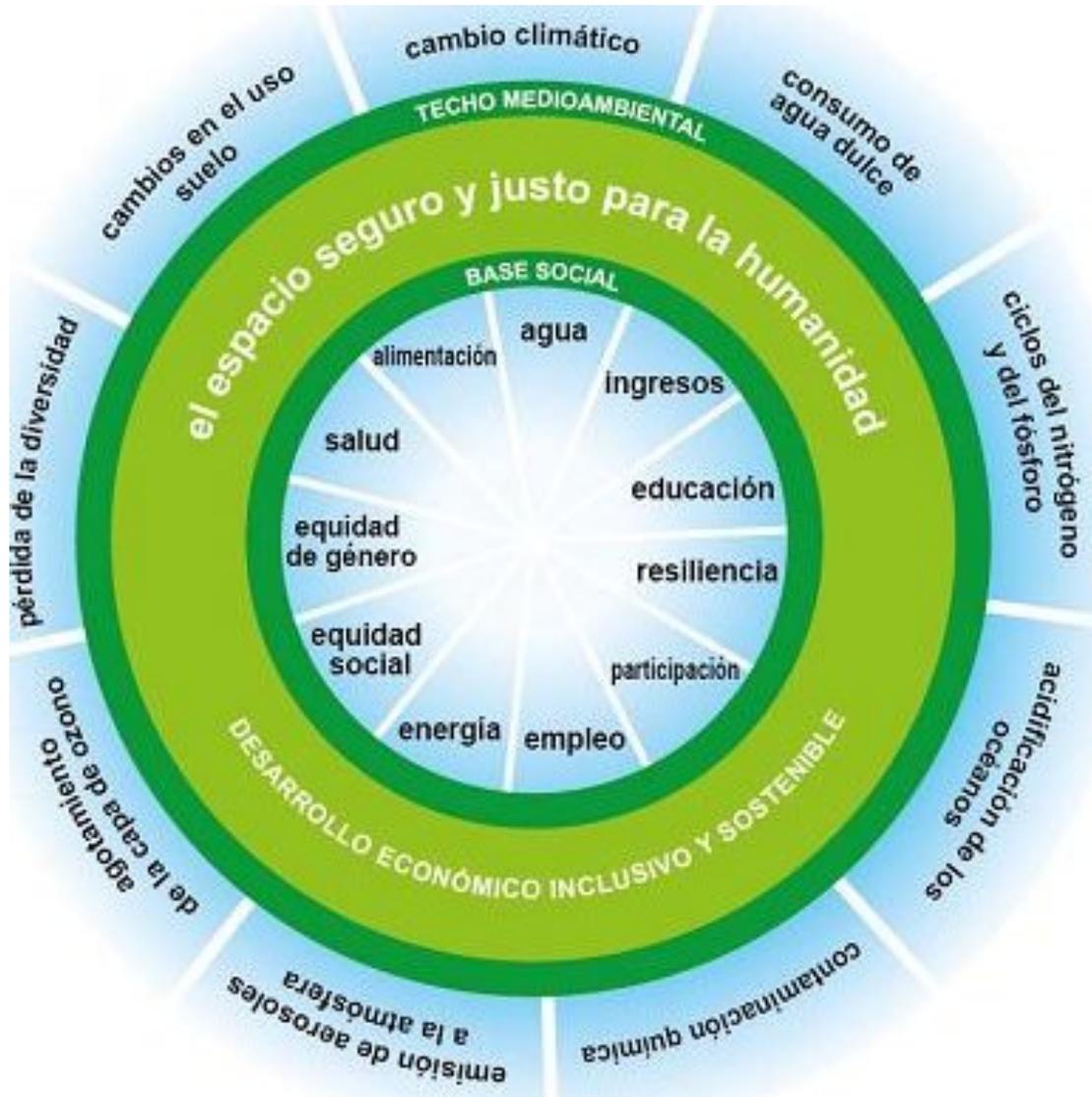
- Kate Raworth invita a establecer 7 nuevos principios para re-entender la economía, cambiando la perspectiva desde la que ha sido abordada en los últimos siglos.
  - Principal cambio de perspectiva: Economía no debe ser pensada para *crecer* si no que para *prosperar*.
  - Segundo cambio de perspectiva: Saber comunicar de forma gráfica. Invertir el tiempo necesario para plasmar y transmitir ideas de esa forma.
-

## Referencia base



Raworth, K. (2017). *Doughnut economics: seven ways to think like a 21st-century economist*. Chelsea Green Publishing.

# La “Economía de la Donut”



1. El círculo exterior de la Donut es el “Techo medioambiental” esto hace referencia a la capacidad que tiene la Tierra para albergar la vida tal como la conocemos. Este techo está caracterizado por 9 límites biológicos (Instituto Resiliencia de Estocolmo) que no deben ser traspasados para así asegurar un lugar seguro para vivir. **Nuestra actividad económica no debe traspasar este límite.**
2. El círculo interior corresponde a la “base social”, la que consisten en el acceso a los derechos básicos y servicios mínimos a los que toda persona debe poder acceder para tener una vida digna. **Nuestra actividad económica debe asegurar que toda persona viva por sobre esta base social.**
3. Entre estos dos círculos debe prosperar nuestra economía. Debe saber prosperar (porque crecer ilimitadamente no es posible) asegurando una base social mínima para todas las personas sin traspasar los límites planetarios. Este es el “Espacio seguro y justo para la humanidad”.

\* Notar cómo Raworth es capaz de transmitir una nueva teoría (y reencuadrar lo que entendemos por desarrollo) de forma clara y simple.

# Reencuadre para entender la economía del Siglo XXI (Raworth)

<b>Principio</b>	<b>Idea que hay que dejar</b>	<b>Reencuadre</b>
Cambia el objetivo	Aumento del PIB	Prosperar dentro de la Donut
Ver el panorama completo	Economía como relación entre estado, empresa y trabajadores	Economía dentro de la naturaleza
Cultiva la naturaleza humana	Hombre como ser racional-económico	Seres humanos socialmente adaptables
Comprende los sistemas (empápate del pensamiento sistémico)	Equilibrios mecánicos y estáticos	Complejidad dinámica
Diseña para redistribuir	El crecimiento reducirá la desigualdad	Distributivo por diseño
Crea para regenerar	El crecimiento disminuirá la contaminación	Regenerativo por diseño
Se agnóstico respecto al crecimiento	Adicción al crecimiento	Agnóstico respecto al crecimiento

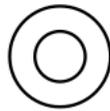
## Doughnut Principles of Practice

In order to ensure the integrity of the ideas of Doughnut Economics as they are put into practice, we have turned the Seven Ways to Think, and the five key design traits of organisations, into the Doughnut Principles of Practice. We ask that these principles are followed by any initiative that is working to put the ideas of Doughnut Economics into practice.

# Los 7 principios según sus creadores

\*Notar el trabajo para transmitir de forma gráfica

Más información en el siguiente [enlace](#)



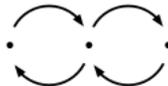
**Embrace the 21st century goal.** Aim to meet the needs of all people within the means of the planet. Seek to align your organisation's purpose, networks, governance, ownership and finance with this goal. Expect the work to be challenging, innovative and transformative.



**See the big picture.** Recognise the potential roles of the household, the commons, the market and the state – and their many synergies – in transforming economies. Ensure that finance serves the work rather than drives it.



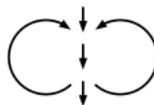
**Nurture human nature.** Promote diversity, participation, collaboration and reciprocity. Strengthen community networks and work with a spirit of high trust. Care for the wellbeing of the team.



**Think in systems.** Experiment, learn, adapt, evolve and aim for continuous improvement. Be alert to dynamic effects, feedback loops and tipping points.



**Be distributive.** Work in the spirit of open design and share the value created with all who co-created it. Be aware of power and seek to redistribute it to improve equity amongst stakeholders.



**Be regenerative.** Aim to work with and within the cycles of the living world. Be a sharer, repairer, regenerator, steward. Reduce travel, minimize flights, be climate and energy smart.



**Aim to thrive rather than to grow.** Don't let growth become a goal in itself. Know when to let the work spread out via others rather than scale up in size.

# Otro ejemplo de framing: Los objetivos para el Desarrollo Sostenible



- Permiten definir el desarrollo sostenible abordando su complejidad.
- Son 17 objetivos que deben ser alcanzados en conjunto.
- Su diseño sencillo permite que sea un concepto fácil de aprehender por la audiencia.
- Una guía fácil para países, organizaciones, empresas y personas.

# Otro ejemplo de framing: Necesidades Humanas Fundamentales (Max-Neef)

**Cuadro Matriz de necesidades y satisfactores de Max Neef *et al.***

Necesidades según categorías axiológicas	Necesidades según categorías existenciales			
	1. Ser	2. Tener	3. Hacer	4. Estar
1. Subsistencia	Salud física, salud mental, equilibrio, solidaridad, humor, adaptabilidad	Alimentación, abrigo, trabajo	Alimentar, procrear, descansar, trabajar	Entorno vital, entorno social
2. Protección	Cuidado, adaptabilidad, autonomía, equilibrio, solidaridad.	Sistemas de seguros, ahorro, seguridad social, sistemas de salud, legislaciones, derechos, familia, trabajo	Cooperar, prevenir, planificar, cuidar, curar, defender	Contorno vital, contorno social, morada
3. Afecto	Autoestima, solidaridad, respeto, tolerancia, generosidad, receptividad, pasión, voluntad, sensualidad, humor	Amistades, parejas, familia, animales domésticos, plantas, jardines	Hacer el amor, acariciar, expresar emociones, compartir, cuidar, cultivar, apreciar	Privacidad, intimidad, hogar, espacios de encuentro.
4. Entendimiento	Conciencia crítica, receptividad, curiosidad, asombro, disciplina, intuición, racionalidad.	Literatura, maestros, método, políticas educacionales, políticas comunicacionales	Investigar, estudiar, experimentar, educar, analizar, meditar, interpretar.	Ámbitos de interacción formativa, escuelas, universidades, academias, agrupaciones, comunidades, familia
5. Participación	Adaptabilidad, receptividad, solidaridad, disposición, convicción, entrega, respeto, pasión, humor	Derechos, responsabilidades, obligaciones, trabajo	Afiliarse, cooperar, proponer, compartir, discrepar, acatar, dialogar, acordar, opinar.	Ámbitos de interacción participativa, partidos, asociaciones, iglesias, comunidades, vecindarios, familias
6. Ocio	Curiosidad, receptividad, imaginación, despreocupación, humor, tranquilidad, sensualidad	Juegos, espectáculos, fiestas, calma	Divagar, abstraerse, soñar, añorar, fantasear, evocar, relajarse, divertirse, jugar.	Privacidad, intimidad, espacios de encuentro, tiempo libre, ambientes, paisajes.
7. Creación	Pasión, voluntad, intuición, imaginación, audacia, racionalidad, autonomía, inventiva, curiosidad.	Habilidades, destrezas, método, trabajo	Trabajar, inventar, construir, idear, componer, diseñar, interpretar	Ámbitos de producción y retroalimentación, talleres, ateneos, agrupaciones, audiencias, espacios, de expresión, libertad temporal
8. Identidad	Pertenencia, coherencia, diferenciación, autoestima, asertividad.	Símbolos, lenguajes, hábitos, costumbres, grupos de referencia, sexualidad, valores, normas, roles, memoria histórica, trabajo	Comprometerse, integrarse, confrontarse, definirse, conocerse, reconocerse, actualizarse, crecer	Socio-ritmos, entornos de la cotidianidad, ámbitos de pertenencia, etapas madurativas
9. Libertad	Autonomía, autoestima, voluntad, pasión, asertividad, apertura, determinación, audacia, rebeldía, tolerancia.	Igualdad de derechos	Discrepar, optar, diferenciarse, arriesgar, conocerse, asumirse, desobedecer, meditar	Plasticidad espacio-temporal.

Fuente: Max Neef *et al.*, *Desarrollo a escala humana*, p.42.

- Las necesidades humanas son finitas (9), transversales a las culturas y han estado presentes durante toda la historia humana.
- Lo infinito son las formas de satisfacer estas necesidades.
- Contradice idea de “necesidades infinitas” o la pirámide de necesidades.
- Max-Neef propone que puede haber una décima necesidad que sería la de “Trascendencia”.

\* Notar que forma de comunicar estas 9 (ó 10) necesidades no está tan bien trabajada.

# Preguntas para la reflexión

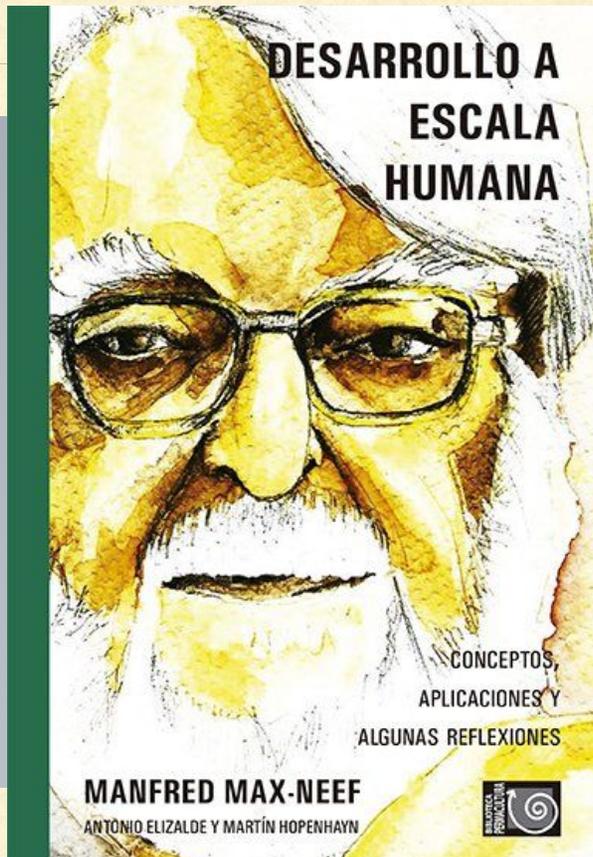
---

1. ¿De dónde provienen los marcos que utilizamos para entender la realidad? ¿Son fruto de la evolución? ¿De la casualidad? ¿Han sido impuestos?
2. ¿Cómo se define el marco predominante?
3. ¿Cómo se puede compartir y socializar un nuevo marco?
4. ¿Somos conscientes de cómo se utiliza el *framing* a diario en nuestra sociedad?

## Aplicando lo visto con Kate Raworth

1. ¿Me hace sentido este nuevo encuadre? ¿Por qué?
  2. ¿Qué implicancias tendría aplicar la propuesta de Raworth?
  3. ¿Cómo podemos reentender el discurso público si el objetivo ya no es crecer?
  4. ¿Cuán ancladas tenemos ciertas preconcepciones?
-

## Recomendamos



Neef, M. A., Elizalde, A., & Hopenhayn, M. (2006). *Desarrollo a Escala Humana: conceptos, aplicaciones y reflexiones* (Vol. 66). Icaria Editorial.



Para más informaciones y apoyo

Ximena Vásquez, periodista y experta  
IPA Investigación Participativa para la Acción)

e-mail: [ximenavasquezj@gmail.com](mailto:ximenavasquezj@gmail.com)

[www.cambiarnos.cl](http://www.cambiarnos.cl), [www.convidalacalle.org](http://www.convidalacalle.org), [www.cedeus.cl](http://www.cedeus.cl)



*Agradecemos el equipo del Lab 2018-2030, que nos ayudó a preparar, testear y mejorar el material en esta Caja de Herramientas: Ximena Vasquez, Daniel Lanfranco, Maya Flores, Gonzalo Cancino.*

*También a les siguientes socios, por su apoyo de recursos vitales para su realización:*

