

## PRÓLOGO: ENCUADRAR LA REALIDAD

*«Para la mayoría de nosotros el mundo es una realidad de segunda mano creada por los medios de difusión».*

*Walter Lippmann*

Es un hecho evidente que los medios de comunicación ocupan en la actualidad un sitio preferente en el entramado político de las sociedades democráticas. Resulta interesante observar cómo la actividad informativa de estos consigue atraer la atención de la opinión pública en torno al acto cumbre de la democracia: las elecciones.

Los medios se han convertido progresivamente en poderosos intermediarios entre la realidad política de un partido en plena campaña proselitista y el público objetivo. En sentido metafórico, puede decirse que los medios actúan como prismas en donde convergen los diversos colores políticos y en los que se refleja una realidad política determinada.

Medios como la televisión o la prensa contribuyen con su cobertura informativa a realzar decisivamente el protagonismo de ciertas figuras, formaciones y propuestas políticas ante el electorado potencial.

Por lo cual, con el ejercicio actual del periodismo en los diversos medios de comunicación y redes sociales, esta idea cobra vida cada vez que estamos frente a una noticia, y pienso que esto es más notorio durante las campañas electorales.

Para analizar este tema, utilizaré el concepto de encuadre o *framing*, pues es en ese tipo de cobertura donde se suelen identificar con más facilidad los diversos encuadres o *frames* que el periodista puede utilizar en el proceso de elaboración de una noticia.

Cabe mencionar que este libro es fruto del trabajo de investigación realizado en mi tesis doctoral, cuyo eje teórico principal tuvo como punto de partida explorar la forma en la que los medios «encuadran» la realidad en las noticias electorales, tema que ha atraído el interés de diversos autores a lo largo de los

últimos cuarenta años y en planteamientos precedentes, lo cual ha quedado demostrado en diversas investigaciones al respecto<sup>1</sup>.

De hecho, ya en 1922, Walter Lippmann lo expone así en el primer capítulo de su obra *Opinión Pública*: «Para la mayoría de nosotros el mundo es una realidad de segunda mano creada por los medios de difusión» (Lippmann, 1922). Razonamiento que deja entrever su idea que los medios son puentes entre el mundo exterior y las imágenes que tenemos en nuestra mente.

Por lo tanto, después de situar el tema, el objetivo de fondo de este libro es proponer un modelo de análisis de contenido cualitativo, como un elemento complementario a la investigación empírica sobre los encuadres periodísticos en período electoral. Para ello, el itinerario trazado nos permitirá recorrer este camino hasta llegar al planteamiento del modelo que se propone.

En primer lugar, se explora el origen del término *framing* y su aplicación multidisciplinar en el ámbito de las ciencias sociales. A partir de ahí, se continúa con una concisa exposición de su evolución como teoría de comunicación; se expone su vinculación con la teoría de la *agenda setting*, de gran relevancia en la investigación de la comunicación en los últimos cincuenta años; y, por último, se explican brevemente las aplicaciones empíricas del framing en las noticias y los encuadres más relevantes investigados.

Posteriormente, centro la atención en la interrelación del triple eje que interviene en la comunicación política electoral: políticos, periodistas y público.

Se continúa con la exposición de los efectos que ejercen los principales medios de comunicación masiva en los procesos electorales y las actitudes profesionales de los periodistas en estas circunstancias.

En la parte final de este libro, propongo un modelo de análisis de contenido cualitativo de la comunicación política electoral, cuya aplicación práctica puede resultar útil para evaluar la preeminencia de los encuadres que se identifiquen en el análisis cuantitativo de la cobertura informativa, así como deducir las actitudes profesionales de los periodistas, el contexto en el que se efectúan las campañas electorales y determinar los factores de influencia que participan activamente en las noticias de índole político.

1. Gran parte de la investigación académica en comunicación realizada hasta la fecha sobre la teoría del encuadre o *framing*, se ha centrado en analizar la forma en que los medios de difusión han interpretado la realidad política en los diversos procesos electorales estudiados. En concreto, la aplicación de esta teoría se ha estudiado particularmente en elecciones efectuadas en Estados Unidos, España, Alemania, Japón, Taiwán, México, Chile, El Salvador y Argentina.

En gran medida, el aspecto primordial de este modelo consistirá en determinar cómo interactúan esas variables desde la perspectiva periodística de los medios.

Respecto a las fuentes bibliográficas utilizadas, resultaron de suma utilidad las referencias relacionadas con la teoría del *framing* y con la comunicación política electoral, las cuales aportaron valiosa información para fundamentar las bases teóricas de este libro. En cuanto al *framing*, fue factible disponer de numerosas investigaciones académicas sobre la influencia de los medios en el contexto de una campaña electoral.

De igual forma, también fue oportuno recurrir a diversos autores que han estudiado el modo en que la prensa ha encuadrado algunos temas de índole política, económica, social y cultural, particularmente en Estados Unidos y Europa.

En el caso de la comunicación política electoral, se tuvo ocasión de indagar en la literatura de varios expertos en la materia, quienes han explorado su panorama actual y la mutua interrelación que existe entre sus tres principales componentes: políticos, periodistas y público, los cuales definen en gran medida la realidad política durante un período electoral.

En este sentido, también se estudió el fenómeno de la personalización de la política en la cobertura informativa de los medios de comunicación masiva, concretamente en la televisión y en la prensa.

En este punto, considero importante expresar mi agradecimiento hacia todas esas personas e instituciones que han contribuido grandemente para que este proyecto alcanzara la meta.

Quiero dedicar especialmente este libro a mi esposa e hijos. Gracias por su inmenso cariño y por todo lo que significan en esta historia familiar que construimos cada día. Vaya para ustedes la mayor parte del mérito de este trabajo.

RAÚL ALAS ALAS