

Resumen de la tesis doctoral “*Agenda building y frame promotion* en la campaña electoral de 2011: la circulación del discurso entre partidos, medios y ciudadanos”

Lidia Valera Ordaz

El objetivo principal de esta tesis doctoral es el estudio de la gestación y la circulación del discurso político durante la campaña previa a las Elecciones a las Cortes Generales del 20 de noviembre de 2011 y su asimilación por parte de múltiples actores mediáticos, tradicionales (prensa escrita) y digitales (blogs a cargo de periodistas y de ciudadanos anónimos). Se trata de un estudio que se sitúa en la estela de la *Mass Communication Research*, por cuanto aspira a formular apreciaciones teóricas sólidamente contrastadas desde el punto de vista empírico sobre la interacción entre actores políticos y mediáticos en un contexto de campaña electoral.

La investigación tiene, además, un doble anclaje teórico-metodológico, pues se ubica en la intersección de dos corrientes de investigación en comunicación social complementarias pero independientes: a) los estudios sobre la construcción de la agenda (*agenda building*), que se interrogan sobre la influencia de los actores políticos sobre los temas que priorizan los medios de comunicación en el espacio público y b) el *framing*, que partiendo de la sociología constructivista, aspira a identificar los marcos discursivos (*frames*) a través de los cuales distintos actores sociales (políticos, mediáticos) definen, interpretan y problematizan la realidad social.

La hipótesis básica de investigación asume que el pluralismo polarizado del sistema mediático español (Hallin y Mancini, 2004), que se caracteriza por una histórica imbricación entre los partidos políticos y la prensa, dibuja un escenario en el que los partidos tienden a dominar ampliamente la producción del discurso público durante el proceso electoral, que es adoptado generosamente por los medios de comunicación. Es decir, esta investigación aspira a someter a contrastación empírica la hipótesis de que la prensa tradicional reproduce la agenda temática y los procesos de enmarcado de las fuerzas políticas a lo largo de la campaña, en función de las afinidades ideológicas preexistentes entre partidos y medios. Asimismo, se ocupa de analizar si esta estructuración del espacio público español tradicional en dos esferas ideológicas antagónicas se reproduce también en los nuevos espacios digitales, o si, por el contrario, éstos ofrecen un debate público más plural, caracterizado por una mayor variedad temática e interpretativa. En este sentido, el estudio incluye también una amplia teorización sobre el impacto de las tecnologías digitales sobre la estructura del espacio público español, la práctica y el discurso político, y la democracia.

Finalmente, el estudio se interroga sobre el valor democrático de las discusiones políticas ciudadanas que se despliegan en Internet, y lo hace operacionalizando el modelo normativo de la democracia deliberativa, con el fin de evaluar a través de criterios sólidamente fundados el impacto democrático de estas conversaciones que acogen los nuevos salones digitales: las redes sociales. Estos debates espontáneos entre ciudadanos revisten un gran interés científico, por cuanto constituyen los cimientos que sustentan las democracias liberales representativas, pero su muy diversa naturaleza, su genuina dispersión y su falta de organización han limitado notablemente su estudio hasta la fecha.

De esta forma, cabe ubicar este estudio en un área emergente de investigación, la comunicación política, que tomando prestada la definición del teórico italiano Gianpietro Mazzoleni, consiste en el estudio del “intercambio y la confrontación de los contenidos de interés-público que produce el sistema político, el sistema de los medios y el ciudadano-elector” (Mazzoleni, 2010: 36). Es decir, esta investigación propone el estudio de la opinión pública como una encrucijada de tres niveles complementarios: el sistema político, el sistema mediático y la ciudadanía.

El corpus de investigación está compuesto por una muestra del discurso público de cuatro actores: 1) los partidos políticos, 2) los medios tradicionales, 3) los blogs políticos (de periodistas y ciudadanos) y 4) los comentarios ciudadanos publicados en redes sociales. En primer lugar, incluye todas las noticias publicadas en sus respectivas webs por los dos principales partidos españoles: Partido Popular y Partido Socialista Obrero Español. Esta selección se explica por el hecho de que las formaciones políticas dominan completamente la producción simbólica en estos espacios, en los que publican diariamente las agendas temáticas que desean hacer circular en el espacio público.

En segundo lugar, se recogen las portadas, los editoriales y las secciones dedicadas al proceso electoral de los dos principales periódicos españoles, *El País* y *El Mundo*, las dos cabeceras más leídas de la prensa generalista española, que además, presentan líneas editoriales ideológicamente diversas. En tercer lugar, el corpus incluye todos los posts publicados por cuatro blogs políticos (dos pertenecientes a periodistas, y dos a ciudadanos anónimos).

Finalmente, el corpus incluye 92 conversaciones ciudadanas (compuestas por 1332 comentarios) alojadas en los perfiles *Facebook* de tres candidatos políticos españoles y publicadas durante la campaña electoral. Se trata, en total, de una muestra que asciende a 1016 piezas informativas, a la que se añaden 1332 comentarios publicados por internautas. El marco temporal se extiende entre los días 4 y 22 de noviembre de 2011, y recoge tanto las dos semanas oficiales de campaña electoral oficial que marca la ley, como la jornada de reflexión, el día de los comicios y la jornada posterior a su celebración.

En cuanto al diseño metodológico, la investigación parte de la triangulación metodológica, y combina tanto métodos cuantitativos como cualitativos. Concretamente, se trata de una doble aproximación que incluye el análisis de contenido y el análisis del discurso. En primer lugar, el análisis de contenido permite analizar el mensaje de forma sistemática, objetiva y cuantitativa aislándolo del resto del proceso comunicativo, ofreciendo información descriptiva y cuantificable a través de categorías que permiten atribuir la relevancia relativa que exhiben distintos asuntos en el discurso público de diversos actores. Así, el análisis de contenido permite identificar las agendas temáticas partidistas y evaluar su asimilación en viejos y nuevos medios de comunicación con el fin de detectar si se producen procesos de asimilación de agenda.

El análisis de contenido ofrece, por lo tanto, una perspectiva de análisis empíricamente robusta, un método de indagación sólidamente fundado. Sin embargo, esta técnica cuantitativa limita una comprensión más profunda de la naturaleza del discurso político y de su circulación en el espacio público. Esto sucede por dos motivos esenciales: 1) porque opera únicamente sobre el contenido manifiesto aislando el mensaje del resto de elementos del proceso comunicativo, de forma que ignora el contexto político y cultural

en que se produce, y 2) porque se limita a descomponer el mensaje en categorías temáticas a las que despoja de cualquier controversia o conflicto.

Por estas razones, el estudio incluye también el análisis del discurso, que permite identificar, mediante proceso inductivo, los marcos a través de los cuales los partidos definen la realidad de forma selectiva, formulan interpretaciones causales, realizan evaluaciones morales y proponen propuestas de solución. En definitiva, a través del análisis del discurso, centramos la atención más allá del contenido manifiesto del mensaje y atendemos al contexto cultural, social y político en el que se gesta el discurso público de los actores políticos. En otras palabras, recurrimos al análisis del discurso con el fin de examinar el carácter performativo del lenguaje político, a saber, su capacidad no tanto para describir la realidad, sino para construirla socialmente y problematizarla estratégicamente.

El objetivo es examinar cómo los partidos construyen una definición e interpretación específica de la realidad para trasladarla a los electores a través de su información de campaña: destacando determinados aspectos y excluyendo otros, proporcionando claves interpretativas específicas, sugiriendo secuencias causales, realizando atribuciones de responsabilidades y proporcionando planes de acción específicos. Según diversos teóricos, cualquier marco orientado a la acción colectiva debe satisfacer las siguientes funciones: 1) la labor diagnóstica, que se ocupa de la identificación y definición del problema, de la atribución de responsabilidades y de la explicitación de las causas; y 2) la tarea pronóstica o prescriptiva, que implica la articulación de un plan de acción para abordar el fenómeno problemático sobre el que se aspira a intervenir.

Tras esta fase inductiva de identificación de los marcos partidistas, se analiza su asimilación en medios tradicionales y digitales (*frame sponsorship*) mediante una doble propuesta cualitativa y cuantitativa, que incluye tanto el análisis del discurso de los mensajes de prensa y blogs como el cálculo de frecuencias de palabras clave asociadas a cada marco. En efecto, el análisis del discurso se complementa con una apuesta de análisis de contenido informatizado orientada a minimizar los sesgos subjetivistas asociados a esta técnica de investigación. Así, se identifican campos semánticos asociados a cada marco partidista, y se calcula la frecuencia normalizada de aparición de estos términos en los textos de viejos y nuevos medios. Con ello, las frecuencias de aparición de estos campos semánticos son tomadas como variables de asimilación de los marcos partidistas.

Finalmente, la investigación propone emplear el modelo de democracia deliberativa como herramienta analítica para evaluar la calidad democrática de las conversaciones en *Facebook*. Concretamente, el estudio propone la operacionalización de las condiciones de posibilidad de la democracia deliberativa para el estudio del valor democrático de la discusión política online. La propuesta presenta seis variables: 1) pluralidad de opiniones (comentarios favorables, contrarios, neutros e indiferentes), 2) diversidad de participantes (comentaristas únicos o reincidentes), 3) coherencia (adaptación al tema del post); 4) nivel de argumentación (meros comentarios, comentarios argumentativos y comentarios argumentativos con pruebas), 5) reciprocidad (respuestas del titular del perfil, comentarios respuesta e incorporación discursiva), y 6) libertad discursiva (lenguaje neutro, lenguaje duro, lenguaje duro hacia individuos concretos y lenguaje amenazante). La unidad de análisis y de registro es la propia conversación, puesto que el

objeto de estudio es la dinámica conversacional y sus características, pese a que, para ello, resulte necesario analizar individualmente los comentarios que la componen.

Finalmente, conviene esbozar los principales hallazgos empíricos de esta investigación doctoral. En primer lugar, los resultados reflejan claramente que la esfera pública española acoge tanto procesos de asimilación de agenda como de reproducción de los marcos partidistas, y confirma que el discurso partidista es adoptado en abundancia por los medios de comunicación tradicionales ideológicamente afines. En efecto, la prensa tradicional adopta generosamente en sus editoriales las prioridades temáticas enfatizadas por los partidos y los marcos a través de los cuales éstos definen la realidad y apelan a la movilización política de la ciudadanía. Ello refleja que el espacio público español está claramente estructurado en sendas esferas progresista y conservadora, que responden a las dos familias ideológicas hegemónicas del sistema político español. Así, la comúnmente percibida inclinación del sistema mediático español a sellar alianzas con los actores políticos queda ampliamente acreditada por medio de dos procesos concretos: 1) *agenda building* (adopción por parte de los medios de las prioridades temáticas partidistas) y 2) *frame sponsorship* (reproducción de los marcos partidistas de definición e interpretación de la realidad).

De esta forma, la presente investigación constata empíricamente, mediante el andamiaje teórico-metodológico de dos corrientes de investigación en comunicación, que el pluralismo polarizado del sistema mediático español postulado por Hallin y Mancini se traduce, de facto, en un alineamiento temático-interpretativo entre medios y partidos afines durante un proceso de movilización política como el de la campaña electoral 2011. Futuras investigaciones comparadas deberán, no obstante, observar si los procesos de construcción de agenda y reproducción de los marcos partidistas observados en esta investigación constituyen una especificidad española o, por el contrario, también se dan en otros sistemas mediáticos de pluralismo polarizado (Portugal, Grecia, Italia). Asimismo, otros estudios deberán interrogarse sobre la estabilidad de estas alianzas político-mediáticas, y examinar si sólo tienden a producirse en contextos electorales y de movilización política o si también son observables en otros momentos del ciclo político.

En segundo lugar, los resultados también señalan de forma clara que, en general, la blogosfera política ofrece un panorama menos políticamente alineado y mucho más abierto a los flujos comunicativos alternativos, en contraste con la prensa tradicional, que tiende en mucha mayor medida a adoptar la retórica de los partidos políticos con los que comparte notorias simpatías ideológicas. Los blogs también exhiben cierta disposición a abrazar las agendas y los marcos de los actores políticos, pero de forma mucho más moderada que la prensa tradicional. En definitiva, los procesos de *agenda building* y *frame promotion* detectados en el caso de los medios tradicionales tienden a mitigarse notablemente en la esfera digital, en una suerte de cascada discursiva que emana de los actores políticos, discurre con intensidad hacia los medios tradicionales y pierde parte de su impulso al penetrar en la blogosfera política. Los blogs, tanto a cargo de periodistas como de ciudadanos, presentan una mayor variedad tanto en los temas como en los marcos alternativos de definición e interpretación de la realidad política, especialmente aquellos que están gestionados por ciudadanos. Ello nos permite constatar cierta apertura del espacio público español merced a la emergencia de las tecnologías digitales. De esta forma, los resultados invitan a rechazar el escepticismo más radical en torno a la capacidad de Internet para democratizar y enriquecer el

espacio público, en tanto en cuanto estos nuevos espacios digitales sí parecen tener cierto “efecto de liberalización” sobre el debate que acoge la esfera pública.

Finalmente, el análisis de las discusiones políticas espontáneas que emanan en los perfiles políticos de *Facebook* ha puesto de manifiesto que estos foros no acogen un debate razonado entre ciudadanos, caracterizado por la virtud cívica o por la interacción conjunta de argumentos. Los datos reflejan, por el contrario, que estas conversaciones se caracterizan por: a) una notable homogeneidad ideológica (con una gran mayoría de hablantes que expresan acuerdo ideológico con el titular del perfil), b) una gran diversidad de participantes (con una mayoría de comentaristas que sólo intervienen una única vez), c) una escasísima interacción argumentativa y voluntad de escucha (en términos de argumentación y reciprocidad) y d) una amplia libertad discursiva (en tanto en cuanto apenas existen expresiones de hostilidad entre usuarios).

Pese a no cumplir las condiciones normativas que impone el modelo de la democracia deliberativa (con la excepción de la libertad discursiva, y, en menor medida, la coherencia) y no cumplir las expectativas de las posturas más ciberoptimistas en torno al impacto de Internet sobre los procesos de comunicación política, creemos que estos espacios digitales sí revisten algunos beneficios democráticos que conviene detallar.

Concretamente, estos foros se configuran como espacios de autoexpresión en los que los usuarios publican comentarios de apoyo ideológico hacia los representantes y candidatos políticos, de forma que canalizan las necesidades de autoexpresión de la ciudadanía, contribuyendo a materializar su voluntad de participación en el foro público. En efecto, pese a que esta necesidad se traduce mayoritariamente en la expresión de muestras de apoyo ideológico no justificadas (y no adopta la forma de debate argumentado), resulta positivo que los ciudadanos expresen su apoyo a las fuerzas políticas contendientes durante procesos de movilización política institucional, pues ello contribuye a engrasar la relación entre representantes y ciudadanos -aunque sea a través de una “ilusión de comunicación directa” con los actores políticos- y, en última instancia, mitiga el alcance del cinismo y la desafección política. Además, el hecho de que estos intercambios comunicativos se produzcan, en general, sobre la base del respeto mutuo y de que presenten cierto disenso facilita que los individuos se vean expuestos ocasionalmente a la diversidad.

Sin embargo, a los beneficios esbozados de estas interacciones comunicativas cabe contraponer también algunos de los riesgos que comportan para los sistemas democráticos, por cuanto se trata de conversaciones presididas por un fuerte consenso ideológico entre participantes. Se trata, de hecho, de un diálogo que se desarrolla predominantemente entre personas de ideas afines que conversan entre ellas de forma aislada y no se exponen a la diversidad de opiniones. En este sentido, estos foros son también singularmente susceptibles de acoger procesos de radicalización ideológica y polarización de grupos, pues la falta de pluralidad de opiniones conduce a los participantes a escuchar únicamente los ecos de sus propias voces. Ello es susceptible, en última instancia, de favorecer extremismos y de reducir la empatía social y la tolerancia de los participantes hacia otros puntos de vista, lo que supone una clara amenaza para la estabilidad democrática.