

Circunstancia. Año X - N° 29 - Septiembre 2012

Artículos

LA CORRUPCIÓN POLÍTICA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESPAÑOLES: UN ESTUDIO DEL CASO GÜRTEL (2008-2011). [*]

Palmira Chavero

[Resumen-Palabras clave](#) / [Abstract-Keywords](#) / [Fechas](#)

I. Introducción. Los medios de comunicación en las democracias actuales.

II. Hipótesis y metodología.

II. 1. Metodología.

III. Hallazgos.

III. 1. La agenda de los medios de comunicación

III. 2. Los frames de la Corrupción.

III. 3. Sesgo informativo.

III. 4. La presión mediática: El caso Garzón.

III. 5. La corrupción ante los procesos electorales.

IV. Conclusiones y discusión.

Referencias bibliográficas

Notas

[GRÁFICOS Y TABLAS](#)

I. Introducción. Los medios de comunicación en las democracias actuales.

En la sociedad actual, los medios de comunicación se han convertido en uno de los actores principales de la esfera política, en la medida en que suponen el punto de encuentro entre los partidos políticos y el ciudadano elector. Tanto es así que algunos autores hablan de "democracia centrada en los medios" (Swanson, 1995), donde éstos ocupan un papel central para el discurrir político. Esta centralidad viene dada por una doble vertiente; por un lado, los partidos (y el Gobierno) necesitan de los medios de comunicación para llegar a los ciudadanos, que son, en última instancia, quienes les confieren el poder; por otro lado, los ciudadanos requieren de la existencia de los medios de comunicación para conocer aquella parte del mundo que les rodea y a la que no pueden acceder directamente. Ante esta situación, la audiencia se ve obligada a confiar en los medios de comunicación para que éstos les construyan la realidad, pero también esperan de ellos que actúen como elemento de control denunciando los abusos de poder y malas prácticas políticas. Por tanto, la manera en que éstos construyan la realidad es uno de los factores que influyen en la formación de la opinión de los ciudadanos y, en último término, en la formación de la Opinión Pública. Ahí radica la importancia de conocer la manera en que los medios seleccionan y presentan los distintos temas y en tal contexto se enmarca esta investigación.

Por otro lado, los medios de comunicación mantienen una estrecha relación con los partidos políticos, relación en la que ambos pretenden influirse y que se ha convertido en una lucha por el control de la agenda. En este sentido, los medios se han ido alejando de su función de mediadores y a menudo nos encontramos situaciones en las que la prensa ejerce presión sobre los actores políticos en un intento –fructífero en no pocas ocasiones– por marcarles la agenda a seguir.

El proceso de comunicación política, tal y como lo entendemos, se desarrolla a partir de dos momentos principales. En primer lugar, los medios de comunicación realizan una propuesta temática con la que establecen la agenda (agenda setting) intentando marcar los temas que ocuparán el espacio público. La teoría de Agenda setting (McCombs y Shaw) propone la transferencia de la relevancia temática desde los medios de comunicación hacia la agenda pública; en consecuencia, los temas considerados importantes por la audiencia estarían determinados, en parte y bajo determinadas circunstancias, por los temas que los medios de comunicación proponen como importantes.

La manera de presentar esos ítems constituye un segundo momento de la comunicación: framing o encuadramiento (Entman). Encuadrar un tema supone "seleccionar algunos aspectos de una realidad que se percibe y darles más relevancia en un texto comunicativo, de manera que se promueva una definición del problema determinado, una interpretación causal, una evaluación moral y/o una recomendación de tratamiento para el asunto descrito" (Entman, 2004: 5). Los encuadres ofrecen, por tanto, un marco de referencia que ayuda a la audiencia a interpretar el mundo (Goffman, Gitlin). Por lo general, contienen tres elementos: un diagnóstico con el que se define el problema, una atribución de responsabilidad que establece la causalidad del mismo y una propuesta de solución, que en ocasiones incorpora una llamada a la movilización (Entman). Estos tres componentes vienen a coincidir con las funciones que Snow y Benford atribuyen a los marcos de referencia: diagnóstico, pronóstico y motivación. El establecimiento de un frame resulta de la batalla librada entre los distintos encuadres propuestos en la esfera pública, que compiten entre sí con el objetivo de llegar a la audiencia a fin de que ésta lo asuma como propio. Empero, el vencedor de esta lucha de encuadres no queda establecido