

# ¿Cómo construir un encuadre?

Para realizar un encuadre, debes tener en cuenta lo siguiente:

## Conocer a la audiencia a la que se dirige

Un mensaje puede sonar más o menos relevante dependiendo de los intereses de la audiencia a la que se dirige. Esto es algo que conocen muy bien los políticos al momento de hacer campaña. Por ejemplo, para conseguir votantes, un político suele hacer un mayor énfasis de las políticas redistributivas de su plan de gobierno cuando le habla a los sectores de la población más vulnerables en términos económicos, pero suele hablar más de confianza inversionista e inversión empresarial cuando se dirige a audiencias de clase media y alta.

Cuando se conoce la audiencia a la que se le dirigen los mensajes, se puede planificar un discurso en el que, por ejemplo, se dedique mayor tiempo a los temas que les interesan, se recoja más evidencia sobre esos temas de interés e incluso, se ordene el discurso en función de esas preferencias.

## Saber los pormenores del tema del cual se está haciendo el discurso



Tomado de pixabay. <https://bit.ly/2CDEcDc>

Sin tener suficiente material o evidencia del cual hablar en el discurso, difícilmente se podrá priorizar o utilizar estratégicamente la información para persuadir a una audiencia. Gran parte del éxito de un encuadre consiste en generar imágenes mentales con sumo detalles y descripción del contexto del cual se va a hablar o en el que se enmarca el discurso, por lo cual debe haber un gran conocimiento sobre el tema del cual se va a dar el discurso.

## Tomar ejemplos de la realidad para realizar a analogías

Las personas suelen aceptar un mensaje con menor resistencia cuando lo pueden asociar con algo que conocen previamente y lo pueden articular de manera coherente. Usar el recurso argumentativo de las analogías te ayudará a encuadrar tus mensajes de manera simple e intuitiva, sobre todo si las analogías tienen que ver con cosas que sepan las audiencias a las que va dirigido el discurso.

## Describir estratégicamente los aspectos de tu discurso

El ejercicio descriptivo es la base que sustenta a todo buen encuadre. Estos son algunos elementos que te pueden ayudar a describir los elementos de tu discurso de manera persuasiva:



Tomado de unsplash. <https://bit.ly/2X8scDX>

- **No pintar los problemas en blanco y negro:** usualmente, cuando se hacen discursos en el marco de debates donde claramente hay una postura opositora a la que se quiere superar, se recurre al exceso de simplificación y la ridiculización de las posturas ajenas. Esto no resulta persuasivo porque ese tipo de estrategias parecen alejadas de la realidad, además de constituir análisis poco objetivo sobre cómo solucionar un problema o valorar justamente cualquier fenómeno. Cada vez que vayas a hacer un encuadre, recuerda que la realidad tiene muchos matices y que el hecho de que quieras resaltar un aspecto de la realidad para persuadir a la audiencia no debe implicar la negación o el desconocimiento absoluto de visiones que no encajan dentro de su discurso.

- **Aprovechar tendencias:** una audiencia se siente persuadida cuando ve que una propuesta o un juicio de valor respalda una tendencia considerada como positiva. Por ejemplo, en la actualidad una tendencia altamente valorada es la promoción del cuidado del medio ambiente y la reducción de la huella ambiental a partir de hábitos de consumo más responsable. Cuando se logra encuadrar el discurso como una consecución o profundización de esta tendencia, intuitivamente las audiencias asocian el contenido de lo que se dice con algo positivo y, por tanto, se sienten más persuadidas.

- **Usar el lenguaje adecuado:** la limitación de tiempo para dar un discurso ocurre en la mayoría de contextos. Lo anterior implica un reto al orador que quiere pronunciar su discurso: dejar una huella profunda en la audiencia de la forma más eficiente posible. Para lograr esto el orador debe elegir las palabras que puedan generar el mayor impacto posible o que capturen el espíritu de su mensaje de la manera más precisa. Usar el lenguaje adecuado significa elegir las palabras que puedan evocar con mayor facilidad una imagen mental de lo que se quiere decir en el discurso.



Tomado de pixabay. <https://bit.ly/33Gm6gN>

- **Mostrar la urgencia del problema:** si tu discurso está dirigido a generar un impacto a la audiencia a la que diriges, procura caracterizar muy bien los problemas que existen en el presente y cómo, ante una ausencia de prontas soluciones, las cosas son susceptibles de empeorar. De esta forma, la audiencia tendrá una conexión mucho más empática con el contenido que les presentes al encuadrarse como la mejor opción para solucionar un problema apremiante.

- **En algunos casos usar lenguaje emocional:** aunque no se recomienda que se use este recurso en todos los discursos y ciertamente no en la parte argumentativa de los mismos, usar lenguaje emocional puede ayudar como complemento a otros elementos aquí explicados, como mostrar la urgencia de un problema o coincidir con el uso de lenguaje adecuado para la descripción de una situación en particular.

En función de todo lo anterior, existe un modelo que puede ser usado para múltiples contextos que te puede facilitar la realización de encuadres. Es el modelo Héroe - Víctima - Villano.

## MODELO HÉROE-VÍCTIMA-VILLANO

Este modelo consiste en identificar y usar tres elementos al momento de dar un mensaje.

### UN HÉROE

El héroe de tu mensaje, generalmente será tu propuesta o tú mismo como figura activa dentro de tu discurso.

### UNA VÍCTIMA

Hace referencia al grupo o conjunto de personas que se verán beneficiados por tu medida y que son descritos como el grupo que necesita mayor atención y protección.

### UN VILLANO

Hace referencia a todos esos obstáculos o adversarios que pueden interponerse en tu camino para cumplir con tus objetivos y que se describen como un elemento central que causa los problemas que se buscan solucionar.

