

---

**Mediación. Medios y elecciones en Bolivia.**  
**Rossell Claudio (2015). La Paz: Konrad**  
**Adenauer Stiftung.**

*Por Juan Carlos Salazar del Barrio*

---

Manuel Leguineche (1991), un veterano corresponsal de guerra español que cubrió la mayoría de los conflictos bélicos del siglo XX, dice que la prensa y los partidos políticos son instituciones democráticas que se necesitan mutuamente y, por tanto, son complementarias; “son profesiones que viven la una de la otra”, pero, al mismo tiempo, son dos oficios enfrentados. La relación entre periodistas y políticos, apunta Leguineche, es “una constante de doble filo” por los términos en que se produce y, en gran parte, porque los políticos “desean escuchar los ecos más que las voces”, escuchar los ecos de sus propias acciones y propuestas e ignorar las voces de la sociedad.

Bien podríamos decir que las voces y los ecos de los actores sociales y políticos que participan en el debate público, y las imágenes que recogen y reflejan los medios de comunicación están en el trasfondo de la excelente y novedosa investigación sobre la *mediación* de los medios impresos en tiempos electorales realizada por Claudio Rossell Arce.

El autor pone bajo la lupa el debate entre los agentes de la sociedad política y la sociedad civil en la “esfera pública”, donde los medios y los partidos discuten asuntos que interesan a la sociedad en su conjunto, en un diálogo, una “conversación social”, que el autor define como la “esencia de la democracia”. Y capta ese debate en un momento especial, las campañas electorales, un espacio –nos dice– donde “la comunicación política se desarrolla hasta los extremos”; es decir, el mejor escenario posible para ver en acción no

sólo a políticos y candidatos en su afán por conquistar el voto ciudadano –diríamos en su propia salsa–, sino también a los actores de la sociedad civil y los medios de comunicación en su relación con el mundo político.

Rossell Arce se pregunta qué actores de la esfera pública –políticos, sociales y estatales– reciben atención y cobertura de los medios de comunicación; en qué proporción participan de la agenda mediática; qué orientación tienen los mensajes que producen esos agentes; qué instituciones aparecen en los medios como representativas de la sociedad civil; qué hechos se convierten en noticia y cuáles en opinión; a quiénes se dirigen los mensajes de los agentes que proveen los hechos noticiosos a los medios y a quiénes, los mensajes que los medios presentan como opinión.

En resumen: cómo mediaron los medios impresos de comunicación en el contexto de las elecciones generales. Y encuentra interesantes respuestas en el muestreo y análisis de 1.342 publicaciones de seis diarios de La Paz, Cochabamba y Santa Cruz de las campañas electorales de 1985, 1989, 1993, 1997, 2002 y 2005, durante las dos semanas previas al día de la elección.

Yo quisiera concentrarme en algunas de las conclusiones que, aunque lógicas, dado el contexto de la investigación –las campañas electorales–, no dejan de ser sorprendentes y en alguna medida preocupantes.

El autor nos recuerda que los agentes de la sociedad civil compiten con los de la sociedad política por la notoriedad en la esfera pública a fin de recibir atención –traducida en cobertura– de los medios de comunicación, que operan en este espacio no sólo como canales de comunicación entre los diferentes actores políticos y sociales; sino también como agentes con voz propia, que interpelan

y aconsejan por igual al resto de los actores. Al actuar en esos dos sentidos, añade Rosell Arce, los medios ejercen al menos tres funciones: el de la mediación, al recoger hechos noticiosos para ponerlos a disposición de las audiencias; el de la interpretación, al ofrecer visiones ampliadas de esos hechos, dando lugar a reacciones; y el de la opinión, al comentar esas informaciones en artículos y editoriales.

En su obra clásica *Teoría del periodismo: cómo se forma el presente*, Lorenzo Gomis – varias veces citado por el autor– nos dice que “el periodismo interpreta la realidad social para que la gente pueda entenderla, adaptarse a ella y modificarla” (Gomis, 1991, p. 31). Y recuerda que la interpretación tiene siempre dos caras: la comprensión y la expresión. Si el intérprete ha comprendido mal, expresará mal, y a la inversa.

Rosell Arce sostiene, por su parte, que “los medios de comunicación vehiculan los mensajes de los partidos políticos, pero no lo hacen de modo acríptico ni mucho menos complaciente” (Arce, 2015, p.5), sino que al hacerlo están mediando entre los distintos actores que participan en la esfera pública, discutiendo esos mensajes.

El cómo se produce esta conversación social es el centro de atención de su investigación. Y su importancia radica, como él mismo nos dice, en que los medios tienen la gran virtud de que por su naturaleza poseen mayor poder persuasivo sobre sus audiencias al constituirse en mensajeros de “lo-que-es-verdad” (o al menos de “lo-que-es-real”).

Por su parte, la sociedad civil –representada por instituciones plurales y autónomas respecto del Estado que promocionan el debate público– participa en el debate no sólo otorgando su aquiescencia o manifestando

su desacuerdo con los sociedad política, sino con su participación como destinataria de los mensajes e imágenes o como entidad con voz propia que plantea problemas y exige respuestas.

Es así que la sociedad civil se vale de la esfera pública para promover debates abiertos y libres para llevar a los gobernantes la voz de los gobernados, demandando soluciones y respuestas a sus necesidades o poniendo en cuestión el rumbo de las instituciones de gobierno y las decisiones que adoptan. Y lo hacen no solamente a través de los sistemas de representación popular, sino de los medios de comunicación.

Y aquí surge una de las conclusiones más llamativas de la investigación:

La observación establece que los agentes de la sociedad política tienen una presencia protagónica en los medios de comunicación en desmedro de los actores de la sociedad civil. Un 46 por ciento de los textos tienen como origen del hecho noticioso a los candidatos y sus portavoces, mientras que los agentes de la sociedad civil tienen “voz propia” solamente en un siete por ciento y los representantes de los órganos estatales en 14 por ciento.

Esto indicaría que los actores políticos logran con creces su propósito de imponer sus mensajes en la agenda mediática. Se dirá que es lógico, dado que la campaña electoral está precisamente para eso, para que los candidatos promuevan su imagen y los partidos sus propuestas.

A la luz de este dato, el acceso y la cobertura de la sociedad civil en los medios de comunicación es escasa en comparación a la que reciben los agentes políticos. Es tal vez por ello, como señala el autor, que “el retrato de la realidad (que ofrece la muestra) sea más

---

parecido a las expectativas e intereses de los políticos [...] que al de las organizaciones sociales en toda su heterogeneidad” (2015).

Si creemos como James Carey, uno de los creadores del “Proyecto para la Mejora de la Calidad del Periodismo” lanzado por la Universidad de Harvard hace casi dos décadas, que “el periodismo no es más que un modo de transmitir y amplificar las conversaciones de la gente” (Kovach y Rosenstiel, 2003), coincidiremos en que en este contexto los medios no cumplen cabalmente su misión de vehicular las preocupaciones e inquietudes de la sociedad a la esfera política.

Pero no es sólo un problema de los medios. Y aquí viene otra conclusión significativa del investigador: son los representantes políticos los que más demandas formularon, en un 40 por ciento, contra apenas un 17 por ciento de la sociedad civil. Y lo más curioso, como apunta Rossell Arce, es que dichas demandas no fueron formuladas a la sociedad política, sino a la propia sociedad civil.

La investigación constata por otra parte que “los medios de comunicación analizan, interpretan y juzgan los hechos noticiosos adoptando posiciones, haciendo críticas y recomendaciones, y sobre todo ofreciendo opiniones razonadas acerca de los procesos en marcha” (Rossell, 2015, p.49).

En este sentido, como apunta el autor, los medios no sólo son influidos en el debate por los otros agentes de la esfera pública, sino que hacen posible la influencia de unos sobre otros e influyen con su propia voz sobre todos ellos.

La conclusión general de la investigación es que “la mediación opera de manera permanente en los contenidos de los medios y que los más beneficiados de esta función son los

agentes de la sociedad política, pues reciben cobertura con mayor frecuencia, apareciendo más en las páginas de los medios, por lo general a través de declaraciones de los personajes dotados de notoriedad, pero también porque son objeto de más comentarios de parte de esos medios” (Rossell, 2015, p. 56).

Rossell Arce sostiene que el fruto de la discusión que desarrollan los agentes políticos y sociales en la esfera pública debería influir sobre las decisiones de los gobernantes, concretando así “la democracia de manera cotidiana”. Y la mediación de los medios de comunicación es crucial en la realización de la “conversación social” para tal fin.

Rossell Arce dice que queda mucho por indagar en el ámbito de la mediación de los medios en épocas electorales; pero sin lugar a dudas su trabajo es meritorio no sólo por su rigor académico, sino por su carácter precursor.

Me parece igualmente una lectura obligada para los responsables de los medios si quieren ofrecer una cobertura equitativa y equilibrada en épocas electorales, teniendo en cuenta, en palabras de Bill Kovach y Tom Rosenstiel (2003), que “el propósito principal del periodismo es proporcionar a los ciudadanos la información que necesitan para ser libres y capaces de gobernarse a sí mismos”.

Finalmente, quisiera destacar el apoyo de la Fundación Konrad Adenauer a la Carrera de Comunicación de la Universidad Católica Boliviana, en general, y a la investigación de sus docentes, a través del fondo concursable Dr. Salvador Romero Pittari, que tiene en el trabajo de Rossell Arce un primer y exitoso fruto.

### Referencias bibliográficas

Gomis, L. (1991). *Teoría del periodismo: Cómo se forma el presente*. Barcelona: Ediciones Paidós comunicación.

Kovach, B. y Rosenstiel, T (2012). *Los elementos del periodismo*. Madrid: Editorial Aguilar.

Leguineche, M. (1993). *El Periodismo*. Madrid: Editorial Madrid.