

## **Mediación de la revista Bohemia en polémicas de los años 40 del siglo XX**

Mediation of the magazine Bohemia in controversies of the 40s of the 20th century

Tania María Chappi Docurro<sup>1\*</sup> <https://orcid.org/0000-0002-2676-5058>

<sup>1</sup> Periodista de la revista Bohemia, Cuba.

\*[тчappidocurro@gmail.com](mailto:тчappidocurro@gmail.com)

### **RESUMEN**

Estudios académicos y la propia vivencia cotidiana apuntan a que durante las últimas décadas ha ocurrido, y continúa agudizándose, un declive en la estabilidad económica, la credibilidad, la autoridad y el rol mediador de los medios de comunicación masiva. Este artículo reflexiona al respecto y propone analizar aquellas prácticas exitosas de etapas precedentes que pudieran aportar luces a los retos de hoy; como caso de estudio examina parámetros de la mediación ejercida por la revista cubana Bohemia, una de las más respetadas en Hispanoamérica a mediados de la anterior centuria, al intervenir en polémicas públicas. La autora ofrece una concepción teórica que permite profundizar en los elementos de orden estructural y funcional de la mediación.

**Palabras clave:** medios de comunicación masiva, periodismo, polémica pública, polémica mediática, mediación.

### **ABSTRACT**

According to academic studies and daily life itself, during the last decades there has been a decline in economic stability, credibility, authority and the mediating role of the mass media. Such a decline continues to sharpen. This

article reflects on the matter and proposes to analyze those successful practices from previous stages that could shed light on today's challenges; as a case study, it examines parameters of the mediation exercised by the Cuban magazine Bohemia (one of the most respected in Latin America in the middle of the previous century), when intervening in public controversies. The author offers a theoretical conception that allows us to delve into the structural and functional elements of mediation.

**Keywords:** mass media, journalism, public controversy, media controversy, mediation.

Recibido: 08/07/2022

Aceptado: 12/09/2022

## Introducción

Disímiles investigaciones académicas, ensayos recogidos en publicaciones especializadas (impresas y digitales), artículos de carácter general divulgados en los medios de comunicación, libros, conferencias y talleres, reiteran un tópico: la actual crisis de los MCM. En el volumen *El periodismo es noticia, Tendencias sobre comunicación en el siglo XXI*, Pascual Serrano (2011) reconoce que los medios “han perdido el favor del público”; y coincide con otro experto, Juan Varela, en cuanto a que al desmoronamiento de la credibilidad se suma el de su carácter mediador, pues el “modelo informativo ya no se identifica con los ciudadanos”, e incluso

... muchos gobernantes mundiales deciden convocar intervenciones televisivas en los medios públicos evitando las ruedas de prensa, es decir, sorteando a los periodistas, que se han convertido en un mecanismo de interceptación que obstaculiza y tergiversa la comunicación entre los gobernantes y los ciudadanos, en lugar de acercarlos, que era su principal misión original. (p. 22)

No pocos responsabilizan al desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, en especial a la irrupción de las redes sociales digitales (Arano, 2021). A ese universo aluden Arroyas y Pérez (2011) al reflexionar:

En el contexto actual se asiste a un aumento de la información disponible junto a un incremento del número de personas con capacidad para intervenir en los procesos informativos. Se trata de dos factores que han afectado directamente a la posición privilegiada del periodista en la esfera pública. (pp. 193-194)

A pesar de esfuerzos por contrarrestar el declive, como los de WikiLeaks, cuyos profesionales “comprendieron en la práctica lo indispensable que resulta la mediación periodística en el ámbito político”, el sentido de esta

...ha cambiado [...] las fuentes (grupos de poder políticos y económicos) han encontrado formas eficaces de hacer llegar sus mensajes directamente a sus públicos a través de sus gabinetes de comunicación y sus propias webs. A su vez, la ciudadanía dispone ahora de capacidad para actuar como emisor y fuente. La linealidad del proceso mediador desaparece. (*Ibídem*, p. 194)

La relevancia del tema ha motivado el surgimiento de proyectos de estudio específicos, por ejemplo, los adscriptos al Centro de Investigaciones en Mediatizaciones, de la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, de la Universidad Nacional de Rosario, Argentina. Y precisamente el XXVIII Congreso Internacional de la Sociedad Española de Periodística (SEP), celebrado en Valencia los días 10 y 11 de junio del presente año, dedicó sus jornadas a deliberar sobre la Desinformación y desórdenes informativos. El periodismo ante la crisis de la mediación. Los participantes, entre ellos académicos de universidades españolas y de otras naciones, discurren en torno a la polarización en el discurso político de los MCM, la intermediación mediática y la reconfiguración del espacio público, el *fact-checking* y otras prácticas periodísticas contra la desinformación, modelos de negocios para remontar la crisis económica de los medios, innovaciones y formatos periodísticos, enseñanza e investigación, empoderamiento de la ciudadanía.

Dentro del convulso contexto comunicativo la polémica mediática sigue reclamando la atención de las audiencias, ya no solo espectadoras de las controversias –los terceros para los cuales los contendientes despliegan sus discursos en confrontación–, sino devenidas, junto a personalidades de todos los ámbitos, actores del debate, enunciadores y enunciatarios del mensaje (véanse Amossy y Burger, 2011; Angenot, 1982; Argüelles, s/f; Boscán, 2007). Durante las tres décadas de la actual centuria se han acentuado, en ocasiones hasta el paroxismo, algunas de las características que componen lo que Jacquin (2011) ha denominado patrón interaccional o discursivo de la polémica: la polarización, la descalificación del contrario y la conflictividad.

Mientras en las redes sociales se entroniza la dicotomización, en el sentido otorgado por Dascal: “radicalización de una polaridad que pone de relieve el carácter incompatible de dos polos y la inexistencia de cualquier solución intermedia” (Amossy y Burger, ob.cit.), la mayoría de los medios de comunicación masiva refuerzan su tradicional

práctica de estimular el interés de los públicos mediante las denominadas piezas de reacción, o sea, trabajos periodísticos que divulgan opiniones de expertos, afectados, testigos y otras personas sobre un tema dramático o conflictivo que enfrenta la comunidad o moviliza a determinados sectores sociales. Tales productos comunicativos caldean las desavenencias al priorizar sujetos que se distinguen por el irreductible antagonismo de sus criterios (Howells, Ritivoi y Schachter, 2012). Añádase que no pocos trabajadores de la prensa violan los códigos deontológicos de la profesión, cuando secundan disputas o enarbolan un discurso polémico que están signados por la violencia verbal, la difamación, el empleo de falacias.

Cierta parte de las audiencias disfruta la espectacularización y banalización de la controversia –azuzada incluso por el periodista “moderador”–, que aflora en los debates políticos televisivos, las declaraciones escandalosas y querellas desplegadas en la primera plana de los diarios, las portadas de las revistas y en las publicaciones digitales para ganar lectores, incentivar las ventas y la afluencia de anuncios publicitarios. Otra, rechaza esos proceder y clama contra los profesionales de la prensa. ¿Pero, en realidad lo impugnado es la supuesta obsolescencia de las funciones, y la existencia misma, de los MCM? Salvo los entendidos en la materia, al cuestionar la credibilidad y la autoridad de los medios de comunicación, la ciudadanía no discute si es pertinente o no que estos continúen mediando entre los sucesos, los discursos y los públicos. Lo objetado es el incumplimiento de sus responsabilidades, la distorsión de su rol social.

Ni negativa ni positiva *per se* es la mediación de los MCM. Su desempeño adquiere uno u otro signo en dependencia de las maneras en que discurre esa mediación. Determinar su éxito o su fracaso, en lo referido a la polémica pública, solo por el modo en que las personas se entusiasman con las expresiones más visibles de la intermediación periodística, o se sienten defraudadas por estas, constituye un enfoque limitado. Incluso la participación más aplaudida pudiera no cumplir con los propósitos y resultados previstos, debido tanto a factores externos como a las competencias del MCM. Recuérdese que durante el proceso mediador se ponen en movimiento mecanismos y acciones que ocurren fuera de la vista de los ciudadanos, e implican no solo a las ideologías políticas y profesionales, también a las rutinas productivas de las redacciones periodísticas.

¿Resulta posible hoy garantizar la rentabilidad económica de los medios de comunicación masiva y al mismo tiempo conservar una mediación con estándares de calidad y respeto a la ética? Amén de los correspondientes estudios de recepción y mercado, una maniobra válida sería analizar experiencias prósperas del pasado y adecuarlas a las dinámicas de los MCM en la contemporaneidad.

Arquetipo de éxito profesional y comercial, sustentado, entre otros aspectos, en la observancia de los principios y funciones de la mediación en las polémicas públicas, fue la revista Bohemia de mediados del siglo XX. Fundada en La Habana, en 1908, por Miguel Ángel Quevedo Pérez, ya en los años 40 era una publicación consolidada, bajo la dirección de su hijo, Miguel Ángel Quevedo de la Lastra. El semanario se convirtió durante este decenio y el siguiente en una de las publicaciones más relevantes de Hispanoamérica, con una tirada semanal de unos doscientos cincuenta mil ejemplares y circulación en varios países del área y en los Estados Unidos. Si bien la publicación apostó por el uso moderado del discurso polémico (DP), este tuvo una presencia sostenida y se insertó de múltiples maneras en las ediciones:

- Polémicas entre personas ajenas al equipo de periodistas y de colaboradores habituales (Variante A: El texto desencadenante, sus réplicas y contrarréplicas tienen lugar solo en el semanario. Variante B: El enunciado inicial tiene lugar en otro MCM y el semanario accede a publicar réplicas y contrarréplicas).
- Controversias protagonizadas por colaboradores habituales de la revista, ya sea solo en sus páginas o en respuesta a lo publicado en otros MCM.
- Los directivos de Bohemia opinan acerca del curso tomado por polémicas incluidas en sus páginas.
- Directivos, periodistas responsables de secciones, o colaboradores habituales, toman partido en relación con debates que están discurriendo en el espacio público.
- Réplicas, por parte de los directivos, al DP que funcionarios gubernamentales, políticos, u otros MCM emiten en contra de la revista.
- Criterios de políticos, funcionarios, profesionales diversos, líderes sindicales, quienes responden a entrevistas o encuestas elaboradas por Bohemia y dirigidas específicamente a figuras vinculadas con determinados temas controversiales.
- Réplicas de lectores (género epistolar) inconformes con informaciones o comentarios publicados en el semanario.
- Opiniones de lectores que participan en encuestas de carácter abierto y masivo realizadas por la revista.

De 520 ediciones consultadas, 482 (92.69%) contienen trabajos con intención polémica (IP) o que llegaron a conformar polémicas. Y en cuanto a la cantidad de productos comunicativos con este cariz, ascendieron a poco más de 10% de los casi 18 000 materiales publicados en el período. La profundidad de los enunciados osciló entre

la polémica de fondo y el banal desmentido a miembros de la farándula. De ahí que el trabajo proponga examinar cómo se desarrolló la mediación en tal conjunto, especialmente en las controversias de mayor relieve, aunque no solo en ellas –cual práctica exitosa de una etapa precedente que pudiera aportar luces a los retos de hoy–, y ofrecer una concepción teórica que permite profundizar en los elementos de orden estructural y funcional de la mediación, es el propósito de este artículo.

## Métodos

El MCM, como soporte de la polémica, media entre las cuestiones discutidas en la esfera pública y los auditorios no solo cuando elige brindarle espacio a la controversia, o al pronunciarse explícitamente acerca del asunto o los contendientes, también lo hace enfatizando, minimizando el discurso polémico (DP), o mostrando el debate o determinados aspectos de este bajo un nuevo ángulo, mediante las múltiples formas en que organiza y presenta los materiales de sus ediciones.

Consecuentemente, se seleccionó una muestra de 33 polémicas, con disímiles niveles de profundidad, incluidas las más relevantes acogidas por Bohemia durante el decenio 1940-1949, exponentes de diversos temas (culturales, ideológicos, políticos, sociales, económicos) y tipologías (relevo de monólogos, discursos enfrentados, discursos entrelazados). Siguiendo las pautas de la teoría fundamentada en los datos y el método del análisis de contenido, se examinaron los recursos y fórmulas utilizados por la revista para difundir controversias –e intervenir en ellas– sobre asuntos que entonces preocupaban a la sociedad cubana, o a representantes del campo cultural en el país.

## Marco Teórico

El análisis de contenido se sustentó en nociones expuestas por el catedrático español Manuel Martín Serrano en su Teoría Social de la Comunicación. Su concepción en torno a la mediación social establece que “desde el punto de vista cognitivo, la mediación equivaldría al sistema de reglas y operaciones aplicadas a cualquier conjunto de hechos, o de cosas pertenecientes a planos heterogéneos de la realidad, para introducir un orden” (2008, pp. 71-

72). Y al explicar el modo en que los medios de comunicación masiva ejercen su función mediadora, el experto puntualiza:

... las funciones comunicativas que caracterizan a los MCM se desarrollan en el marco más general de los procesos de mediación social [...] La participación de los MCM en la mediación se inicia cuando la institución mediadora u otros Actores sociales (Agencia de noticias, Consejo de redacción, Censores, etc.) seleccionan determinados acontecimientos para hacerlos públicos. (1993, p.133)

A la par, los MCM proponen “un marco de referencia, innovador o conservador, para evaluar lo que acontece en sus dimensiones éticas, sociales, políticas, institucionales” y adoptan “un marco de referencia, tradicional o renovador, para asumir su propia función social en sus dimensiones comunicativas y tecnológicas” (Ibídem, p. 134). Además: “Todos aquellos componentes que intervienen desde que el acontecer es objeto de referencia de la comunicación hasta que el producto comunicativo resulta conocido por las audiencias pueden participar en las tareas mediadoras” (Ibídem, p. 137).

Asimismo, el examen se basó en presupuestos esgrimidos por Irene Vasilachis de Gialdino (1997, p. 229; citados por Duplatt, 2015), quien sostiene que al analizar los productos comunicativos han de tomarse en cuenta tres contextos: el social, el comunicativo (“situación de habla concreta en la que se realiza la comunicación”, incluye los procesos de producción, circulación y consumo del discurso) y el contexto social textual, definido como aquel que “da cuenta de la forma en que el contexto social y la información llegan al lector, es decir, cómo se representan los acontecimientos para consumo masivo”.

Por su parte, Eliseo Verón plantea la pertinencia de examinar la estructuración del espacio discursivo donde se asientan los mensajes periodísticos. Con él coincide Martínez Albertos, quien al respecto estipula, en su Curso general de redacción periodística (2007), que no pueden obviarse los

... códigos icónicos de las series visuales para-lingüísticas y no lingüísticas [...] Si se limita el estudio del mensaje a los códigos lingüísticos literarios (centrando el análisis únicamente en el discurso que aparece plasmado en unos textos escritos), no estaríamos dentro del ámbito de lo que hemos considerado como saber periodístico, sino que todavía nos moveríamos en el terreno exclusivo de la Filología. (pp. 101-103)

Mientras la serie visual lingüística está compuesta por “textos informativos y publicitarios desarrollados de forma lineal y discursiva”, la para-lingüística comprende el “conjunto de cabezas [...] pies de fotos, mensajes publicitarios en los que predomina el componente icónico, chistes integrados por un componente icónico y un

componente escrito, gráficos, planos, etcétera”; y a la no lingüística pertenecen los “recursos tipográficos [...] fotografías y dibujos y chistes sin acompañamiento literario, elementos cromáticos introducidos en las páginas, etcétera”.

Del mismo modo, la autora del estudio asumió preceptos teóricos referidos a la polémica pública y a la mediática o periodística. En síntesis, la primera es la que transcurre en la esfera pública, especialmente la sostenida en los medios masivos de comunicación. Al decir de Amossy (2016, p. 33), su objetivo es la gestión del conflicto, “hacerse cargo de las rupturas, a menudo profundas, que dividen a los ciudadanos en una democracia pluralista en la que las opiniones, las creencias, los intereses, los ideales, las costumbres e incluso los valores de base pueden divergir profundamente”.

Una definición concisa de la polémica mediática sería que es la sustentada en los MCM, en los cuales –sobre todo si son medios audiovisuales– a menudo alcanza niveles de espectacularidad. Denominada igualmente polémica periodística, para Dubied y Grevisse (2003) es aquella entendida como

... cualquier discurso periodístico que exprese una opinión (u opiniones) mediante la confrontación con otro discurso(s), también todo discurso polémico en el espacio de los medios y al que el periodista se enfrenta sin implicarse directamente como protagonista (sino como ‘intermediario’, ‘mediador’ o ‘intérprete’) [...] En definitiva, cualquier situación de polémica en la que el periodista podría estar involucrado. (p. 8)

Un aspecto primordial de la mediación destaca Jon Klancher (2012, p. 239) cuando delibera en torno a que las posturas y acciones de los medios “han dado forma a cómo se materializan los intercambios argumentativos o intelectuales sobre las artes para públicos particulares [...] Desde este punto de vista, la mediación en sí misma no es una cuestión simple o directa”.

Galia Yanoshevsky (2003) ha descrito la estructura trilogica del espacio comunicacional (o sea, el escenario mediático donde ocurre el debate) de las polémicas periodísticas, las cuales no solo requieren de actores en posiciones antagónicas, sino que implican a un tercer elemento: el periodista. Dicha estructura es sobre todo reconocible en las polémicas que tienen lugar en los medios de comunicación audiovisuales, donde los contendientes aparecen acompañados por un moderador que presenta el debate, lo conduce, e incluso a veces le aporta criterios propios. Sin embargo, en la prensa escrita también los periodistas y los directivos del MCM intervienen en las polémicas como protagonistas, intermediarios, mediadores e intérpretes.

### Nociones emergentes

De acuerdo con Elizabeth Steiner (1988, p. 1): “Hay cuatro conjuntos de métodos involucrados en la edificación de teoría”. Dos de ellos corresponden a la crítica: explicación y evaluación; los restantes conciernen a la construcción: enmienda y extensión. Atendida a la última de esas variantes, la imbricación del sustrato teórico preliminar con las constantes que iban emergiendo durante el examen de las polémicas escogidas, generó una ampliación de la teoría vigente, según consideraciones de orden estructural y de orden funcional.

Los fundamentos de la concepción teórica resultante se sintetizan en la Tabla I. Antes de desplegarla es preciso recalcar que en relación con el discurso polémico, la mediación ejercida por el MCM al difundirlo no es una acción, sino un proceso, y se apoya en las ideologías (políticas y profesionales) del medio, sus rutinas productivas, los contextos sociopolíticos, económicos y culturales; y en aspectos circunstanciales, dígame la animadversión hacia determinados temas, enfoques o polemistas.

**Tabla 1** - Ordenamientos.

Ordenamiento estructural	Ordenamiento funcional
<p>Estructura (componentes) del proceso de la mediación:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Profesionales del MCM: directivos y periodistas.</li> <li>2. Niveles en los cuales se realiza: directivo superior (DS), directivo intermedio (DI) y base de la redacción periodística (BRP).</li> <li>3. Espacios en los que intervienen los gestores: a) el espacio discursivo donde se asientan los productos comunicativos, b) el interior del discurso de los actores.</li> </ol>	<p>Funcionamiento del proceso de la mediación:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Direcciones que adopta la mediación.</li> <li>2. Roles que juegan los protagonistas y participantes de la mediación.</li> <li>3. Acciones que ejecutan los profesionales de los tres niveles, según los roles asumidos.</li> <li>4. Visibilidad otorgada al proceso.</li> <li>5. Funciones que cumplen las acciones mediadoras.</li> </ol>

Fuente: Elaboración propia.

## **Componentes y procedimientos de la mediación ejercida en los MCM entre el discurso polémico y los públicos**

**Puede adoptar las siguientes direcciones:**

- **Afirmativa:** Concede vía expedita a cualquier producto comunicativo relacionado con la polémica, sea cual sea su procedencia (persona, institución, partido).
- **Parcializada:** Solo ofrece espacio a polemistas y puntos de vista que concuerden con sus propias ideologías y objetivos editoriales.
- **Reluctante:** Aunque informa sobre temas polémicos abordados en otros MCM, elude cualquier debate acerca de estos en sus propias páginas o canales.

### **Acontece en tres estratos jerárquicamente delimitados:**

- **Directivo superior (DS):** A él pertenece la dirección del MCM (director, subdirectores), responsable de establecer las políticas de este. Igualmente, en él discurre la labor de los editorialistas, aunque no desempeñen cargos directivos, pues son voceros directos de la postura del medio.
- **Directivo intermedio (DI):** En él actúan los jefes de rango medio, como los responsables de los departamentos de redacción y diseño, o de las planas o segmentos dedicados a los ámbitos nacional, internacional, deportivo, cultural, etcétera. Ellos velan por la aplicación de la política del MCM y conciben la estructuración del espacio discursivo, ya sea con cierto grado de independencia o estrechamente supervisados por el nivel superior.
- **Base de la redacción periodística (BRP):** Es el de los periodistas (reporteros y redactores de secciones o espacios específicos), quienes ejercen la mediación a la hora de elaborar un producto comunicativo.

### **Roles desempeñados por el medio de comunicación (directivos y periodistas):**

Ambos grupos de profesionales llevan a cabo la mediación ya sea actuando como actores o como gestores de los discursos polémicos.

**1-Actor:** Más que participante, protagonista de la polémica. (En tal caso el MCM media puesto que, debido a las funciones que tradicionalmente cumple el periodismo y son reconocidas por la sociedad, al fijar su punto de vista sobre el asunto generador de la controversia, de hecho, está terciando directamente entre el suceso y los públicos). Dentro de los MCM su actuación difiere, en algunos parámetros, según se trate de directivos o periodistas.

**Directivos:** actúan en nombre del MCM, en polémicas que discurren en sus propios espacios, en otros, o en ambos lugares. Asimismo, pueden protagonizar debates cuyo asunto es ajeno al desempeño de la publicación y/o aquellos donde esta es, amén de actor, blanco directo del oponente, en esa segunda variante el diferendo resulta inherente a la dinámica y la proyección del propio MCM. Modalidades del discurso

empleadas preferentemente: editoriales (escritos por ellos mismos o encargados a los editorialistas del MCM), comentarios con función editorial, declaraciones, cartas abiertas, notas aclaratorias.

Periodistas: Por solicitud del MCM, o por iniciativa propia (con la consiguiente aprobación de sus superiores), el reportero o el redactor de mesa elaboran materiales en los cuales opinan sobre el tema sometido a debate. Con ese propósito utilizan géneros periodísticos (información comentada, comentario, artículo) y otras formas discursivas, como la carta abierta.

2-Gestor: Realiza las gestiones o acciones necesarias para que el discurso polémico llegue a las planas, canales o espacios del medio; se adecue a la estructura y deontología de este; sea presentado a los públicos de manera que conozcan a los actores, los temas, los principales puntos en conflicto, sus connotaciones; se le sumen nuevos actores; sea resaltado mediante el diseño gráfico y audiovisual.

La mayor parte de tales previsiones y operaciones son responsabilidad de los directivos del MCM. Sin embargo, también los periodistas suelen desempeñarse como gestores en:

- a) Debates públicos sostenidos en medios audiovisuales: En tales ocasiones asumen el papel del moderador que presenta la controversia y la conduce.
- b) Productos comunicativos concebidos por ellos para la radio, la TV y sitios digitales: informaciones improvisadas ante el micrófono en el lugar del debate, textos leídos por el propio periodista o por un locutor, introducción a declaraciones hechas por los polemistas, entrevistas, reportajes.
- c) Textos elaborados para ser leídos directamente por los públicos en los medios impresos y digitales.

### **Distorsiones en los roles de los mediadores:**

Habitualmente actores y gestores intervienen (tanto en productos comunicativos sucesivos, como dentro de un único trabajo periodístico) si el MCM, por ejemplo:

- Inicia y protagoniza en sus páginas o canales una polémica sobre un tema que ha despertado opiniones contrapuestas en la sociedad en general o en un ámbito específico de esta.
- Se suma a una polémica ya en curso en otros medios de comunicación.
- Responde en sus espacios a ataques (de otro MCM, instituciones o personas) contra su postura respecto a situaciones o ideas que han generado polémicas en la esfera pública.
- Publica productos comunicativos en los que sus periodistas, además de dar voz a los actores primigenios de la polémica, incorporan su propia opinión acerca del tema, explícitamente y desmarcándola de los otros puntos de vista, de manera que no haya dudas en cuanto a quién suscribe cada enunciado.

Sin embargo, a veces la línea entre actor y gestor se desdibuja hasta el punto de aparecer disonancias en el cometido de ambos. Estas se manifiestan cuando:

- El representante del MCM excede sus atribuciones como gestor y transforma –para limar o reforzar exabruptos, eliminar enunciados no gratos al medio de comunicación o agregar

otros– el contenido del material que un actor de la polémica externo al medio hace llegar a este. Dicha acción puede haber ocurrido incluso en ocasiones en las que el MCM parece haberse limitado a brindarle espacio a la polémica.

- Al conformar mosaicos polémicos (con las respuestas a encuestas o a varias entrevistas) no se toma fielmente lo dicho por los participantes, sino que se versionan las declaraciones hasta el punto de sobrepasar las correcciones ortográficas, gramaticales o de estilo y modificar el sentido de los enunciados.
- Durante la entextualización y reentextualización de la polémica el periodista introduce criterios propios como si fueran de los autores del discurso polémico.

En todos estos casos de mediación endógena el representante del MCM (sea directivo o periodista) se transforma en co-actor velado de la polémica, quien complementa, matiza o distorsiona –según actúe de consenso o no con el actor manifiesto (generalmente es un enunciador signatario, o sea, su nombre refrenda el escrito o producto comunicativo)– el discurso polémico.

### **Intervención de los gestores:**

Como se ha aludido en las líneas anteriores, una faceta de la mediación se verifica en consonancia con el espacio en el que tiene lugar la acción de los gestores –fuera o dentro del discurso de los actores (DA)– y los ingredientes que estos añaden o restan al DA. Se observa:

- Mediación exógena: La realizada –de manera explícita o implícita– por los gestores sin modificar el discurso de los actores de la polémica. Incluye la aceptación o no de temas, polemistas y productos comunicativos, la presentación de estos, la búsqueda de vías para conciliar posturas, o por el contrario, atizar el diferendo; y la estructuración del espacio discursivo en el cual discurre la polémica, mediante el empleo de paratextos como notas introductorias o aclaratorias, imágenes, elementos audiovisuales.
- Mediación endógena: La ejecutada por el gestor (generalmente el reportero o redactor de mesa) cuando escoge del discurso de los actores determinados fragmentos e ideas, los resalta o minimiza, al: a) informar sobre la polémica, reseñarla o comentarla; b) redactar o editar las entrevistas hechas a los involucrados. Asimismo, la efectuada por el co-actor velado de un producto comunicativo; el analista no debe perder de vista que esta variante puede haber ocurrido incluso en ocasiones en las que el MCM parece haberse limitado a brindarle espacio a la polémica.
- Mediación híbrida: Los gestores apelan a ambos recursos. Lo mismo en trabajos independientes que forman parte de una polémica, como en un solo producto comunicativo.

### **Grado de visibilidad que el MCM concede a su acción mediadora en relación con la polémica:**

Según sea el rango de visibilidad, dicha operación admite dos categorías: explícita e implícita. Cuando concierne a los estratos superior e intermedio, se expresan de la siguiente manera:

- **Mediación explícita:** Los directivos o representantes del MCM exponen directamente las razones por las que acogen la controversia y sus criterios en torno a las concepciones, las actitudes y los atributos de los polemistas. Al respecto, pueden adoptar una postura neutral, de aprobación, de reproche, o alternativa.

a) **Pública:** Dan a conocer su posición tanto a los polemistas como a los públicos. Según los roles asumidos por dichos directivos o representantes, la mediación sería de intervención única (solo actúan como gestores de la controversia: la propician, presentan, se limitan a decir que sigue un camino adecuado o inadecuado) o de intervención combinada (además de gestionarla, se involucran hasta el punto de opinar sobre los temas sometidos a debate, con lo cual se convierten –y por extensión el MCM– en actores de la polémica).

Cumple las funciones:

- **Anticipatoria:** Quien ejerce la mediación se refiere a los actores y asuntos en una edición previa a la que dará inicio a la polémica, de esa forma el anuncio crea expectativas en las audiencias.

- **Introductoria:** Presenta, ante los públicos, a los polemistas y/o el tema. El hecho de calificar a los actores de manera elogiosa, o el de especificar que no se está de acuerdo con sus planteamientos, pero siguiendo las normas de la publicación se les da espacio, ya crea referencias que pudieran orientar la opinión de al menos parte de los destinatarios indirectos. En ciertas ocasiones la mediación introductoria tiene a la vez carácter propiciatorio, pues incita a que los enunciatarios (otros conocedores de la materia o el público en general) se sumen al discurso polémico. Tal es el caso, por ejemplo, de las polémicas construidas mediante encuestas que transcurren durante varias ediciones del MCM y en cada una se reitera la presentación-convocatoria.

- **Defensiva:** Justifica la postura adoptada por el MCM en relación con la controversia.

**Interpretativa-explicativa:** Interpreta y explica los criterios enarbolados.

- **Admonitoria:** Llama la atención sobre –y/o crítica– los derroteros tomados por el debate, con el propósito de que cambie de rumbo.

- **Conciliadora:** Muestra a los antagonistas puntos comunes en sus discursos, trayectorias profesionales y vitales. Propone vías para llegar a acuerdos. Se disculpa y rectifica opiniones propias que se basaron en informaciones erradas.

- **Conclusiva:** Da por cerrada la polémica, ya sea por el agotamiento del tema y/o los polemistas, o porque la actitud irreconciliable de estos imposibilita todo avance.

b) **Privada o soterrada:** Los directivos comunican sus juicios solo a los polemistas, o sea, las opiniones no trascienden al ámbito público. La coexistencia de roles mantiene pautas similares a las de la mediación

pública: los representantes del medio pueden solo gestionar la polémica o, a la par, intervenir como actores dando sus puntos de vista acerca de la problemática debatida. Se reiteran las funciones defensiva, admonitoria, conciliadora y conclusiva; a ellas se añaden:

- Motivadora: Cuando el MCM solicita a personas y/o instituciones que inicien una polémica o se sumen a una ya en curso.
- Moderadora: Acepta publicar determinadas réplicas y contrarréplicas, mientras rechaza otras.

Mediación implícita: Tiene lugar durante la gestión previa al inicio de la polémica y al estructurar el espacio discursivo, es decir, mientras transcurren las rutinas productivas de los MCM. Únicamente los directivos y profesionales del medio (incluso solo una parte de estos) conocen qué criterios motivan las decisiones en relación con la polémica en curso (visibilidad restringida). En este ámbito, los mediadores se circunscriben a gestionar la controversia.

Cumple las siguientes funciones:

- Rectora: Delimita los temas, tendencias ideológicas y políticas, grupos sociales y profesionales, instituciones, lenguajes y tonos que admitirá.
- Modeladora: Configura, modela polémicas interrelacionando opiniones contrapuestas o productos comunicativos (con o sin intención polémica explícita) que confrontan criterios.
- Estructuradora: Establece la estructura del espacio discursivo (ubicación espacial, secciones, extensión, géneros de los productos comunicativos, elementos paratextuales) en el cual discurre la polémica.

En la cotidianidad de los MCM ambas categorías (la explícita y la implícita) se complementan. De igual modo, durante el transcurso de una polémica suelen interrelacionarse la mediación pública y la privada.

Como gestores de la polémica, los directivos superiores e intermedios pueden asumir, e incluso alternar, diversos niveles de participación: intermediario, mediador e intérprete (las definiciones básicas de estos tres términos proceden de Dubied, Grevisse, y Yanoshevsky, 2003).

- Intermediario: El órgano de prensa cumple el deber de presentar los acontecimientos al público. Lo hace de manera explícita y/o implícita: en el primer caso introduce a los polemistas y el tema, asimismo, solicita a personas y/o instituciones que inicien una polémica o se sumen a una ya en curso; en el segundo, su acción se concreta al estructurar el espacio discursivo de la polémica. Con ello pone a dos (o más) sujetos o grupos en relación: a los antagonistas entre sí y a estos con las audiencias. Al hacerlo, precisa mantener una posición imparcial ante los contendientes.
- Mediador: El representante del MCM participa en la polémica, ya sea de forma pública o soterrada, para facilitar un acuerdo entre dos o más personas o partes, sirve como árbitro, conciliador o negociador.

- **Intérprete:** El compromiso del directivo es más marcado, pues debe ser capaz de explicar a una audiencia externa la tesis o las actitudes de los oponentes; utiliza sus propias palabras para comentar las posiciones de los contendientes, y por lo tanto corre el riesgo de ser acusado de adoptar una postura o de falta de imparcialidad. De hecho, si no elige sus expresiones con escurpulosidad, es posible que cruce la línea y se convierta en actor de la polémica.

### **Mediación en la base de la redacción periodística:**

La libertad con que se desempeñe cada periodista, sea actor o gestor de la polémica, dependerá de los mismos elementos en los cuales se sustenta la mediación en los demás estratos del MCM, a lo que se añade la preparación y la ética del profesional en cuestión. A menudo ambas posturas se alternan en productos comunicativos independientes que forman parte de un debate; e incluso se simultanean en un mismo trabajo, de ese modo los criterios del periodista comparten espacio con las otras voces.

**Actor:** Por solicitud del MCM, el reportero o el redactor de mesa elaboran materiales en los cuales opinan sobre el tema sometido a debate. Con ese propósito utilizan géneros periodísticos (in-formación comentada, comentario, artículo) y otras formas discursivas, como la carta abierta.

Por otro lado, el periodista puede actuar como gestor de la polémica en:

- Debates públicos sostenidos en medios audiovisuales: En tales ocasiones asume el papel del moderador que presenta la controversia y la conduce.
- Productos comunicativos concebidos por él para la radio, la TV y sitios digitales: informaciones improvisadas ante el micrófono en el lugar de los hechos, textos leídos por el pro-pio periodista o por un locutor, introducción a declaraciones hechas por los polemistas, entrevistas, reportajes.
- Textos elaborados para ser leídos directamente por los públicos en los medios impresos y digitales.

En los dos últimos casos el periodista se erige en participante no canónico, tomando en cuenta que, de acuerdo con Cramer (2011), al informar sobre una controversia, apelando a “una amplia gama de selectividad e individualización”, le da cierta forma, la moldea y recontextualiza. Precisamente, lo anterior se corresponde con lo que el propio Cramer denomina entextualización de la controversia, proceso durante el cual quien escribe sobre un debate ocurrido en medios audiovisuales o en otros ámbitos del espacio

público –es decir, lo reseña o comenta–, o redacta una entrevista, elige enunciados y marcos de referencia, impone límites al discurso.

La mediación comienza en un momento anterior a la entextualización cuando el reportero convence a los enunciadores del discurso polémico para que le concedan entrevistas o declaraciones exclusivas.

Ya durante el proceso de entextualización y reentextualización (cuando un MCM se basa en lo ya publicado por sus colegas, lo reacomoda y divulga su propia versión del debate o suceso controversial), la mediación opera, según su nivel de visibilidad, en dos vertientes:

- Explícita pública: El texto periodístico incluye la presentación de los polemistas y los temas en conflicto; asimismo, puede criticar el curso tomado por la controversia e instar a la conciliación, interpretar y explicar los conceptos, las actitudes.

- Implícita: Al priorizar un discurso (por ejemplo, concederle más espacio, citarlo directamente o versionarlo in extenso, en detrimento del otro), ordenar la alternancia de las declaraciones polémicas aludidas, tomar información de ciertos MCM y desestimar otros, incluir determinados paratextos (como recuadros o citas resaltadas mediante el puntaje), el periodista no revela a los públicos sus motivos. El conocimiento de sus razones queda restringido para todos, excepto sus superiores si estos lo demandaran o hubiesen establecido de antemano con el redactor los marcos de su labor. Función asociada: modeladora, que se concreta al configurar la polémica interrelacionando opiniones contrapuestas.

## Resultados

Al examinar las polémicas de la revista Bohemia bajo la óptica de los anteriores postulados, se obtuvo la siguiente tipificación:

**Tabla 2** - Tipificaciones de las polémicas analizadas.

Tema y año	Dirección que toma la mediación	Estrato donde acontece	Roles del MCM	Clasificación según el espacio en el que intervienen los gestores	Clasificación según el grado de visibilidad concedido por el
------------	---------------------------------	------------------------	---------------	---	--

					<b>MCM</b>
1-Historia. En torno al Obispo Dalmau (1943).	Afirmativa	En los tres: -DS - DI -BRP	-Directivos: gestor (intermediario) -Periodista: actor y gestor (intérprete)	Híbrida: -exógena -endógena	-Explícita pública -Implícita
2- Historia patria contemporánea. En torno al asesinato de Guiteras en El Morrillo (1945).	Afirmativa	En los tres: -DS - DI -BRP	-Directivos: gestor (intermediario y mediador) -Periodista: gestor (intermediario)	Exógena	-Explícita pública -Explícita soterrada -Implícita
3- Periodismo. Premio otorgado a Mirta Aguirre (1946).	Afirmativa	Directivos: -DS - DI	Directivos: gestor (intermediario)	Exógena	-Explícita pública -Implícita
4- Educación. Funcionamiento del Ministerio (1946).	Afirmativa	Directivos: -DS - DI	Directivos: gestor (intermediario)	Exógena	Implícita
5- Filosofía. Mañach vs. Vitier (1946).	Afirmativa	Directivos: -DS - DI	Directivos: gestor (intermediario)	Exógena	Implícita
6- Periodismo. <i>Bohemia</i> vs. periodista molesto (1946).	Parcializada	Directivos: -DS - DI	Directivos: actor y gestor (intermediario)	Exógena	-Explícita pública -Implícita
7- Tradiciones, identidad. Cenas y desfiles martianos (1947).	Afirmativa	Directivos: -DS - DI	Directivos: gestor (intermediario)	Exógena	Implícita
8- Música. Problemas de la Filarmónica. Carpentier vs. Aixalá (1947).	Afirmativa	Directivos: -DS - DI	Directivos: gestor (intermediario)	Exógena	-Explícita pública -Implícita
9- Intelectualidad. Funciones de los intelectuales (1947).	Afirmativa	Directivos: -DS - DI	Directivos: gestor (intermediario)	Exógena	-Explícita pública -Implícita
10- Filosofía. La nueva generación (1948).	Afirmativa	Directivos: -DS - DI	Directivos: gestor (intermediario)	Exógena	Implícita
11- Literatura e Historia. En torno al poeta Plácido (1948).	Afirmativa	Directivos: -DS - DI	Directivos: gestor (intermediario)	Exógena	Implícita
12- Historia patria contemporánea. En torno al asesinato de Guiteras en El Morrillo (1948).	Afirmativa	Directivos: -DS - DI	Directivos: gestor (intermediario)	Exógena	-Explícita pública -Implícita
13- Acerca de problemas de la educación pública: inamovilidad del magisterio (1948).	Afirmativa	Directivos <sup>a</sup> : -DS - DI	Directivos <sup>a</sup> : gestor (intermediario)	Exógena <sup>a</sup>	-Explícita pública -Explícita soterrada -Implícita
14- Historia/próceres. Muerte de Antonio Maceo (1948).	Imposible determinarlo.	Directivos: -DS - DI	Directivos: gestor (intermediario)	Exógena	Implícita

15- Historia contemporánea. Tiranía de Gerardo Machado (1948).	Afirmativa	Directivos: -DS - DI	Directivos: gestor (intermediario)	Exógena	Implícita
16- Sobre el estreno de la pieza teatral Electra Garrigó (1948).	Afirmativa	En los tres: -DS - DI -BRP	-Directivos: gestor (intermediario) -Periodista: actor y gestor (intérprete)	Híbrida: -exógena -endógena	-Explícita pública -Implícita
17- Literatura. Sobre Federico García Lorca (1949).	Afirmativa	Directivos: -DS - DI	Directivos: gestor (intermediario)	Exógena	Implícita
18- Historia/próceres. Ultraje al Héroe Nacional José Martí (1949).	Parcializada	En los tres: -DS -DI -BRP	-Directivos: gestor (intermediario) -Periodista: actor y gestor (intermediario)	Híbrida: -exógena -endógena	Implícita
19- Periodismo. Sobre la libertad de prensa (1949).	Afirmativa	Directivos <sup>b</sup> : -DS - DI	Directivos <sup>b</sup> : actor y gestor (intermediario)	Exógena <sup>b</sup>	-Explícita pública -Explícita soterrada -Implícita
20- Sobre autoría de radionovela (1949).	Afirmativa	En los tres: -DS -DI -BRP	-Directivos: gestor (intermediario) -Periodista: gestor (intermediario)	Híbrida: -exógena -endógena	-Explícita pública -Implícita
21- Literatura. Sobre la poesía. Mañach vs. Lezama, <i>et al</i> (1949).	Afirmativa	Directivos: -DS - DI	Directivos: gestor (intermediario)	Exógena	Implícita
22- Diferendo entre radioemisoras (1949).	Afirmativa	En los tres: -DS -DI -BRP	-Directivos: gestor (intermediario) -Periodista: gestor (intermediario)	Híbrida: -exógena -endógena	-Explícita pública -Implícita
23- Política internacional. Protesta de diplomática mexicana (1940).	Afirmativa	Directivos: -DS - DI	Directivos: gestor (intermediario)	Exógena	Implícita
24- IIGM. Ideologías en juego. Portell Vilá vs. Pepín Rivero (1941).	Parcializada	Directivos: -DS - DI	Directivos: gestor (intermediario)	Exógena	Implícita
25- IIGM. Defensa nacional y gobierno (1942).	Afirmativa	Directivos: -DS - DI	Directivos: gestor (intermediario)	Exógena	Implícita
26- Política, economía, industria azucarera. Portell Vilá vs. Prío Socarrás (1943).	Afirmativa	Directivos: -DS - DI	Directivos: gestor (intermediario)	Exógena	Implícita
27- Movimiento sindical. Lázaro Peña vs. Eusebio Mujal (1944)	Afirmativa	Directivos: -DS - DI	Directivos: gestor (intermediario)	Exógena	-Explícita pública -Explícita soterrada -Implícita
28- Política, gobierno de Grau San Martín (1945).	Afirmativa	Directivos <sup>c</sup> : -DS - DI	Directivos <sup>c</sup> : actor y gestor (intermediario)	Exógena <sup>c</sup>	-Explícita pública -Implícita
29- Salud Pública, lucha contra la tuberculosis. Dr. Aldereguía vs. Dr. Rivero (1945).	Afirmativa	Directivos: -DS - DI	Directivos: gestor (intermediario)	Exógena	Implícita

30- Política. El imperialismo. Marinello vs. Mañach (1946).	Afirmativa	En los tres: -DS -DI -BRP	Directivos: gestor (intermediario) -Periodista: actor y gestor (intermediario e intérprete)	Híbrida: -exógena -endógena	-Explícita pública -Implícita
31- Política. Revolución del 30 en Cuba y sus implicaciones en los años 40 (1947).	Afirmativa	Directivos: -DS -DI	Directivos: gestor (intermediario)	Exógena	Implícita
32- Cuestión agraria. Desalojos campesinos (1948)	Afirmativa	Directivos: -DS -DI	Directivos: actor y gestor (intermediario)	Exógena	-Explícita pública -Implícita
33- Servicios públicos, Compañía Cubana de Electricidad (1949)	Afirmativa	Directivos: -DS -DI	Directivos: actor y gestor (intermediario)	Exógena	-Explícita pública -Implícita

## Discusión y Conclusiones

Como evidencian los datos recogidos en la tabla, y otros recopilados durante el proceso investigativo, en la mediación ejercida por la revista Bohemia predomina la dirección afirmativa (admitió incluso productos comunicativos polémicos que no concordaban con su ideología) y la intervención que parte de los niveles directivos del MCM y no modifica el discurso polémico (exógena).

Aproximadamente en la mitad de las controversias hay mediación explícita pública. Y como parte de la omnipresente implícita, preponderan los titulares neutros o moderados, mientras que buena parte de los trabajos carecen de paratextos que los hagan más llamativos (es decir, primó el comedimiento en el lenguaje y los enfoques). Asimismo, en la gran mayoría de los casos la mediación fue de intervención única (gestor) y prevaleció el rol de intermediario. En cuanto a las funciones de la mediación, después de la rectora y la estructuradora (indispensables en todas las ocasiones), prevalece la introductoria (observable en la mitad de las polémicas culturales y en 45% de las no culturales).

Tal proceder les aseguró a sus páginas la presencia de reputados intelectuales, políticos, funcionarios, con distintas ideologías y filiaciones partidistas. Y contribuyó a consolidar en el imaginario social la percepción de que el semanario representaba un paradigma de prensa democrática, confiable, mesurada, atenta a la agenda pública, adalid de causas justas y abierta a las opiniones de todos los cubanos. ¿Hasta qué punto la realidad se correspondía con esa apreciación? Responderlo implicaría análisis de contenido más integrales y exhaustivos.

Lo innegable es que sesenta años más tarde, esos estándares continúan siendo reclamos de la ciudadanía a los medios de comunicación masiva, en todo el orbe. Su incumplimiento ha desembocado –a la par, e incluso con mayor incidencia que las dinámicas instauradas por las TICS en el siglo XXI– en la crisis sobre la cual ahora tanto se debate. Conviene entonces no solo diseccionar nuestro presente, proyectar el futuro, forjar medios de comunicación que, como bien dijera Pascual Serrano (Ob. cit., p. 125) no sean “una mera plaza pública donde cualquiera vaya a gritar” ni perpetúen el modelo de “medios sordos para ciudadanos mudos”. De igual forma, es recomendable extraer de etapas precedentes –en un acto de minería fina– las enseñanzas de las mejores prácticas del periodismo.

## Referencias bibliográficas

Amossy, R. y Burger, M. (2011). Introduction: la polémique médiatisée. *Semen* (31), 7-24. DOI: <https://doi.org/10.4000/semn.9072>

Amossy, R. (2016). Por una retórica del dissensus: las funciones de la polémica. En Montero, Ana Soledad (comp.). *El análisis del discurso polémico. Disputas, querellas y controversias*. Buenos Aires: Prometeo: 25-38. Recuperado de <http://comycult.files.wordpress.com> › 2018/04

Angenot, M. (1982). *La palabra panfletaria. Contribución a la tipología de los discursos modernos*. París: Payot., (Selección y traducción a cargo de Roberto Bein) Recuperado de <http://es.scribd.com/doc/30902072/Marc-Angenot-Tipologia>

Arano Uría, F. (2021). Las crisis de los medios: Periodistas y los distintos usos de las redes sociales. *Actas De Periodismo y Comunicación*, 7(2). Recuperado de <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas/article/view/7341>

Argüelles Acosta, P. (s/f). *Polémicas culturales, acercamientos teóricos*. Recuperado de [https://www.academia.edu/29868888/Pol%C3%A9micas\\_culturales.\\_Acercamientos\\_te%C3%B3ricos](https://www.academia.edu/29868888/Pol%C3%A9micas_culturales._Acercamientos_te%C3%B3ricos)

Arroyas, E. y Pérez Díaz, P. L. (2011). El declive del papel mediador del periodismo y sus repercusiones en el debate público. En *Periodismo político: Nuevos retos y Nuevas prácticas. Actas de las comunicaciones presentadas en el XVII Congreso Internacional de la Sociedad Española de Periodística (SEP)*, 5 y 6 de mayo de 2011. Universidad de Valladolid. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4109355>

Boscán Sánchez, J. P. (2007). *La argumentación en el discurso periodístico: Un modelo de análisis del reportaje informativo*. Tesis Doctoral. Departamento de Humanidades de la Universidad Carlos III de Madrid. Recuperado de <https://e-archivo.uc3m.es/handle/10016/2539>

Cramer, P. A. (2011). *Controversy as News Discourse*. London/New York: Springer.

Dubied, A y Grevisse, B. (2003). Trêve de polémique ou contrôle des opinions. *Recherches en Communication* (20), 7-18. DOI: <https://doi.org/10.14428/rec.v20i20.48583>

Duplatt, A.E. (2015) Análisis crítico del discurso periodístico. *Entrelíneas. Narrativas* (25),. Recuperado de <https://www.narrativas.com.ar/analisis-critico-del-discurso-periodistico-entrelneas/>

Howells, R.; Ritivoi, A. D. y Schachter, J. (2012). Introduction. En Howells, R., et al (introducción, selección y edición). *Outrage: Art, Controversy and Society*. Palgrave Macmillan. New York.

Jacquín, J. (2011). Le/La polémique: une catégorie opératoire pour une analyse discursive et interactionnelle des débats publics? *Semen* (31), 43-60. DOI: <https://doi.org/10.4000/semn.9085>

Klancher, J. (2012). Remediating Arts Controversy in the Nineteenth Century. En Howells, Richard, et al. (introducción, selección y edición). *Outrage: Art, Controversy and Society*. New York: Palgrave Macmillan, 239-261.

Martín Serrano, M. (1993). *La producción social de comunicación*. Madrid: Alianza Editorial.

\_\_\_\_\_ (2008). *La Mediación Social*. Madrid: Ediciones Akal.

Martínez Albertos, J. L. (2007). *Curso general de redacción periodística* (1). La Habana: Pablo de la Torriente.

Núñez-Mussa, E.y Porath, W. (2021). Propuesta y aplicación de un marco para analizar la actuación de los periodistas que conducen debates electorales. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27 (3), 893-908. DOI: <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.72152>

Serrano, P. (2011). *El periodismo es noticia. Tendencias sobre comunicación en el siglo XXI*. Quito: Editorial Quipus, CIESPAL.

Steiner, E. (1988). *Methodology of theory building*. Sydney: Educology Research Associates.

Vasilachis de Gialdino, I. (1997). *Discurso político y prensa escrita. La construcción de representaciones sociales. Un análisis sociológico, jurídico y lingüístico*. Barcelona: Gedisa.

Yanoshevsky, G. (2003). La polémique journalistique et l'impartialité du tiers. *Recherches en Communication* (20), 53-64. DOI: <https://doi.org/10.14428/rec.v20i20.48623>

<sup>a</sup> En la polémica 13 no fue posible determinar si, además, se le encargó a un periodista presentar y estructurar el texto. Asimismo, no pudo determinarse en qué medida se respetó cien por ciento lo dicho por los encuestados (mediación exógena) o si hubo intervención por parte del medio, para sintetizar o para desechar digresiones (mediación endógena). De haber ocurrido el segundo caso, el representante del MCM se convertiría en un co-actor velado de la polémica.

<sup>b</sup> En este caso, en uno de los textos publicados (un editorial) el MCM se desempeña a la vez como actor y gestor. Pero en cuanto al segundo texto (una encuesta) ocurre de manera similar a lo acaecido la polémica 13.

<sup>c</sup> El análisis de la polémica 28 se enfrentó a las mismas limitaciones que en la número 13.