

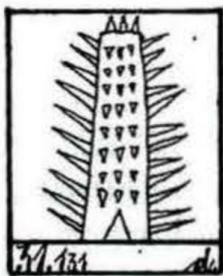
## La objetividad de la realidad subjetiva y la subjetividad de la realidad objetiva

Los animales sólo viven en el presente.  
Una tipología de los discursos informativos

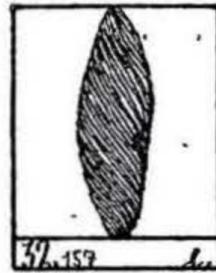
Hernán Toro

Editorial Universidad del Valle, Cali,  
1997, 131 págs.

Los medios informativos (prensa, radio, televisión) construyen día a día para su público —usuario obligado de los mismos— un “discurso” de la información. El primer interrogante que podría formularse al respecto, y tal vez el más importante, sería hasta qué punto los lectores de los periódicos, los oyentes de radio o los cada vez más numerosos televidentes conservan ante los medios algún margen de autonomía, en qué medida la caudalosa información recibida a través de éstos es susceptible de análisis por parte de ese público. Aparte de doblar el periódico, apagar la radio o el televisor, ¿qué otra alternativa se tiene como receptor ante lo ofrecido por los medios para poder acceder al tipo de información que se desea? Pero, no solamente eso. Habría que preguntar también, después de leer el libro del profesor Hernán Toro, si ese público sobre el cual los medios enfilan sus baterías tiene una opción distinta; si no puede escoger el material informativo que requiere, al menos la de poder juzgar sin ningún condicionamiento previo la supuesta veracidad o la importancia que pueda contener la información que recibe.



Esta es, en síntesis, la dirección dada por el autor a través de un análisis semiológico de los diferentes discursos informativos que emiten los medios para asegurarse la adhesión de su público, y al mismo tiempo, y de forma sesgada, imponer una “ideología” que no necesariamente debe corresponder con la oficial— es decir, la del Estado mismo—, sino otra más general que concierne a los valores y también a los seudovalores que asumen los individuos en lo social y a los cuales están ligados los propios intereses de los medios. Es, pues, a partir de lo “social” que se propone el autor analizar las diferentes implicaciones que ofrecen los discursos informativos.



Bajo el supuesto de que no hay hecho que no sea presentado por los medios bajo una óptica “ideológica” (con la amplitud que tiene el término en el enfoque de Toro), queda claro que la ideología implícita en todo discurso informativo “pretende de manera velada o franca la adhesión de los consumidores a los principios ideológicos que cimentan las anécdotas (episodios) informativas”.

La exposición ofrecida en el libro no siempre es clara, ya que el lenguaje utilizado es retórico y recargado en lo conceptual, e impreciso en cuanto al empleo de la terminología, lo que hace oscuro su contenido. El mismo autor parece ser consciente de ello cuando se disculpa por anticipado, en el comienzo del libro, tanto del lenguaje “académico” que “por fuerza”, según expresa, debió elegir, y también por su enfoque, el cual le fue impuesto por el contenido mismo de la investigación, así como por la temática de sus tres investigaciones anteriores. Finalmente agrega que ha elegido para la escritura

de su libro “una modalidad que se asemeja a la técnica de elaboración de los mosaicos y vitrales. En ellos las piezas no encajan siguiendo bordes regulares”. Todo esto dificulta la claridad del análisis expuesto. No es claro, así mismo, al referirse a la “óptica ideológica” que ofrece el discurso “con base en la cual se organiza *perceptivamente* [subrayamos] y se le atribuye la *sugerencia* [subrayamos] de un cierto significado”. Hay en esto más retórica que claridad. A continuación habla del “sentido”, sin que quede claro si con este término se está refiriendo al “significado” que nombra unas líneas antes; afirma luego, dentro del mismo tono de vaguedad, que dicho significado “no podría ser único”, sin que aparezca muy claro el porqué de ello. También, al referirse a una supuesta naturaleza “polisémica” en el discurso informativo, habla a continuación de “polivocidad”, sin hacer claridad sobre uno u otro término; en definitiva, como si fueran intercambiables.

Parte el autor del presupuesto según el cual existe en el discurso una “realidad subjetiva” que resulta a su vez de una elaboración previa dentro del mismo y que se hace sobre lo “real” (los hechos mismos en bruto, no su mediatización a través del discurso), la cual se erige al final como la “realidad” a secas ante el público, que a su vez, debe aceptarla como tal. En consecuencia, los medios deben actuar ante su público bajo los presupuestos de *veracidad, objetividad e imparcialidad*, entre otros.

Dentro de la metodología semiológica elegida, el autor analiza todos los mecanismos de persuasión implícitos en los discursos bajo estos presupuestos. Es entonces como se utiliza una *retórica* que opta en lo verbal por las formas impersonales: “se dice”, “dicen”, etc., etc., y con la cual se busca reforzar el carácter de “imparcialidad” que el público espera. Analiza a su vez otros mecanismos que el autor engloba dentro de esa misma *retórica*, referida concretamente a la televisión, el medio elegido para su estudio. Por efecto de la misma, tanto el presentador como el *set* (escenario que enmarca la noticia) deben aparecer ante la mirada del televidente bajo el aspecto que mejor convenga a la intención de la noticia. Estos recursos que son puramente visuales,

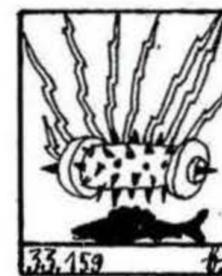
pertenecen a lo "icónico", según lo define el autor. Se trata, pues, de reforzar por medio de tales procedimientos la credibilidad del público ante los mensajes (o ante esa realidad *subjetiva* que elabora el discurso informativo a partir del hecho en sí como *realidad objetiva*). Puesto que la finalidad del discurso informativo (igual que el propagandístico, aunque en forma velada) es imponer al público sus contenidos ideológicos, es preciso entonces recurrir a otros procedimientos diferentes de los mencionados y que podrían considerarse como de "persuasión". Además de estos, y en relación con el medio televisual, se utiliza o (mejor) se impone el efecto "panóptico", el cual se erige como un recurso de "control". Bajo este "panoptismo", el desprevenido televidente queda expuesto ante la mirada omnímoda y totalizadora de un "gran ojo", el de la cámara, que, si bien es cierto no ejerce su vigilancia sobre las acciones de los individuos, lo hace en cambio indirectamente sobre lo que éstos son en sí mismos y sobre lo que pudieran hacer eventualmente, como también sobre lo que dejasen de hacer, pues, según Toro, este "panoptismo" tiene una "acción potencial"; pero, ceñido siempre al análisis metodológico de su estudio, no hace mayor precisión sobre la misma y debe inferirse entonces que no es a través del ojo de la cámara (ojo ciego) como se efectúa esta vigilancia, sino por los contenidos implícitos en los mensajes dirigidos a reforzar la ideología (los intereses) de los medios. De esta forma, lo que se muestra a través de la cámara, y cómo se hace, es lo que constituye el mensaje ideológico, el cual reclama a su vez determinadas formas de comportamiento (y de pensamiento) por parte del público. Pone así de presente el autor la aparente "imparcialidad" de los medios, pues éstos pretenden mostrar únicamente lo que el público "desea saber" pero sucede lo contrario, ya que no existe una verdadera interrelación respecto de los fines e intereses entre los medios y el público, y más bien lo que se da es una relación unilateral, impuesta por aquéllos, con el fin de impedir cualquier reacción negativa de los receptores del discurso, con lo cual queda asegurado un papel pasivo de los mismos. Por otro

lado, la *información*, como acto unilateral de los medios, es opuesta a la *comunicación*, en la cual puede darse una "lectura sesgada", al margen del condicionamiento que impone la primera.

Dentro del "prontuario" temático expuesto por el autor, cabe destacar otros aspectos, esta vez comunes a los demás medios informativos, incluida la prensa, y que tiene por objeto reforzar el verdadero carácter de la información como producto (o mercancía) destinado al consumo inmediato y a un posterior olvido. Se trata de la *rapidez* y de la *brevedad*, las que, a su vez, "alimentan un tratamiento superficial de los temas y dejan como subproducto nada desdeñable la perspectiva de un rápido olvido de la anécdota (noticia) y su consecuencia [...] lo que determina entonces el *vacío* [subrayamos] que hay que llenar de inmediato". Continúa diciendo que en medio de la infinita repetición del "rito de la ilusión informativa..." (no obstante el consiguiente olvido de la anécdota [noticia], "subsiste, sin embargo, la memoria de su valor ideológico y la posibilidad de su ulterior uso en la vida cotidiana". Esta parte del análisis pone de manifiesto las condiciones ideales que debe reunir el acto de informar, tanto como producto destinado al consumo (mercado), como también en su condición de soporte ideológico de los medios, ya que este carácter fugaz y transitorio actúa como condicionante sobre el público. La fugacidad y transitoriedad se encuentran a su vez reforzadas por el mismo ropaje que caracteriza a la sociedad consumista y sus productos, o sea lo fútil, lo vano, lo trivial; en última instancia, todo aquello que tiene como destino común el olvido.

Sin apartarse de su enfoque semiológico, poco ahonda el autor sobre estos aspectos, o sea desde el punto de vista casuístico, y no puramente técnico. Estos mismos aspectos parecen haber inspirado, además, el título del libro, no obstante la imprecisión del mismo, pues creemos que el adverbio *sólo*, tomado en el sentido de '*únicamente*', debía encabezar el título, si el propósito era reforzar con ello el carácter del "eterno presente" que impera en el mundo animal. En otras palabras, el reino de lo *inmediato* (ahistórico) con-

trapuesto al universo humano, que en su amplitud abarca a su vez un pasado y un futuro y, como tal, su carácter es mediato; es decir, histórico. Este análisis metodológico inscrito dentro de la semiología dificulta un poco la visión sobre los aspectos que el autor quiere hacer resaltar, al menos desde un punto de vista profano. Es notable en el libro la excesiva dependencia ante los criterios de los autores que le sirven de apoyo, sin que exista, por lo demás, un desarrollo más amplio de estos mismos criterios. Es evidente, así mismo, la reiteración de conceptos en lo expuesto; el mismo autor se refiere a ello cuando habla de una supuesta "tautología implicada" en el análisis del discurso informativo. En cuanto a las anunciadas implicaciones que dicho discurso tiene en lo *social*, tampoco aparecen muy claras en el libro; se destaca en él, sin embargo, el poder ejercido por los medios, en particular por los periodistas, sus agentes. Dice Toro que "en razón de una legitimidad cuya historia está ligada a la imposición de las ideas liberales en el mundo occidental [...] se considera a los periodistas y a los medios informativos dotados no sólo del derecho de informar sino, también, de una capacidad profesional casi inmanente, que se deriva no de sus capacidades sino de [la] pertenencia a un gremio..." ¿Los periodistas como depositarios de la "verdad revelada"?, anotamos.



Otro criterio importante —aunque sobre su novedad sólo podrían opinar los expertos de la información— se refiere al poder hegemónico de los medios, basado éste en la adhesión del público, conseguida a través del discurso, y su propósito final sería una homogeneización de la sociedad.

Se trata, pues, de un libro ambicioso en sus propósitos, aunque no muy claro en su lenguaje. Son abundantes, además, en el texto todo tipo de incorrecciones (mal uso de las preposiciones, o su omisión; uso indebido de los pronombres, o también su abuso, términos mal empleados, etc., etc.). Todo esto muestra la carencia de una adecuada labor de corrección de estilo, la cual habría contribuido a una mejor lectura y comprensión del texto.

ELKIN GÓMEZ

## Una voz natural, una

Río de inmensas voces... y otras voces

Arturo Alape

Planeta Colombiana Editorial S. A.,  
Santafé de Bogotá, 1997, 307 págs.

### Río de voces y vanidades

Dividido en dos secciones de crónicas y reportajes, Arturo Alape (Cali, 1938) nos presenta su nuevo libro, *Río de inmensas voces... y otras voces*, después de un largo periplo de publicaciones que comienza en 1970 con *Diario de un guerrillero* y va hasta *Valoración múltiple sobre León de Greiff*, en 1995. En medio se encuentran libros como *El bogotazo. Memorias del olvido* (1983), *Valoración múltiple de Tomás Carrasquilla* (1990) y *Julieta, el sueño de las mariposas* (1994), entre otros.

Como tantos otros de su generación, este escritor vivió intensamente los momentos más violentos de nuestra historia política reciente, a la cual sobrevivió (como muy pocos de todos ellos) sin declinar sus principios ni su dignidad, en una izquierda a la cual muy poco, por no decir nada, le queda de ambas cosas.

El reportaje, el periodismo, el ensayo y el cuento han sido parte de sus obsesiones, influenciado por lecturas de aquí y de allá. Del cuento, la novela, la poesía misma. Por una extraordinaria vivencia del país, por el conocimiento en primera persona de los más intrin-

cados vericuetos de nuestra geografía y nuestra cultura. Sobre todo, aquella de las gentes sencillas de las riberas y montañas, de la lucha incesante por la subsistencia, aun en las inclemencias de la guerra. De allí brotan libros como *Las muertes de Tirofijo*, *Guadalupe años cincuenta*, *Ciudad Bolívar*, *la hoguera de las ilusiones*.



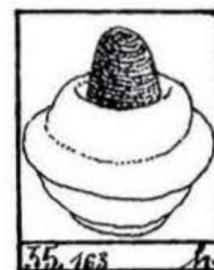
Derivada de todo ese sentimiento popular, se desprende en Alape una mirada inocente de la literatura. Inocente y no ingenua, ya que de ésta lo salvan la reciedumbre de su vida misma y la vigilancia de sus sentidos a través del rigor de sus lecturas y su actitud crítica.

Muy cerca están de la literatura estas crónicas de *Río de inmensas voces...*, muy próximas a un repertorio de cuentos donde, sin duda, hay sutiles instantes de ficción que enriquecen los textos. A ello contribuye, además, que el autor prescinda de fechas, tan aparentemente obvias tratándose de crónicas.

*El álbum de los vivos*, la primera crónica del libro, es un bello relato donde se entrecruzan con agilidad los recuerdos de la adolescencia del escritor, vendedor en ese entonces de vestidos y bisuterías para putas, y la terrible situación, 32 años después, de verse reseñado en panfletos de la policía, buscado por agentes secretos, con la vida pendiendo de un hilo de sangre. El álbum-cuento que El Chino Herrera le mostrara orgulloso en aquel tiempo de bares y baratijas, donde posaban los más preclaros personajes de la calle y el rebusque y donde, le había dicho El Chino, él entraría si hacía méritos suficientes, fue el otro lado del cordel, el otro extremo del puente de la memoria por donde viajó el autor para escribir esta historia, a medio camino entre crónica y cuento, entre arte y realidad.

En *Como un golpe de Boogie el aceitoso*, el autor nos refiere una historia, contada a él por el cineasta Lisandro Duque y ocurrida en el café El Automático, de Bogotá, aleccionante y patética como nuestro país: dos hombres que charlan y toman cerveza ahí, donde por otros caminos y otras cabezas corren historias de la literatura, el arte y la política, terminan a los pescozones y puñetazos, ante la indiferencia del resto de asistentes. El vencido, ensangrentado y maltrecho, los increpa: "Hijos de puta, la insolidaridad se les está comiendo el corazón..." Y termina: "Señores, a ustedes, en cualquier noche, los van a colgar del nudo de sus propias corbatas... y nadie, nadie va a escuchar sus lamentos de auxilio...". Patético como el país.

Es clara la intención de Alape al entregarnos algunas de estas historias como deslizándolas simplemente, puestas a que hablen por sí mismas, sin ninguna trascendencia aparente, además de su propio correlato, para que el lector les dé significado: no es necesario aludir a los grandes acontecimientos a través de vistosos personajes para tener una idea clara de lo que somos.



*La muela del cóndor León María*, un episodio "pacífico" en la vida de León María Lozano, oscuro asesino de Tuluá en la violencia del 48, nos muestra al gatillero vencido por un dolor de muelas, que viene indefenso a las manos de quien le odia a muerte, el odontólogo que le atiende conteniendo su ira, y termina satisfecho por el deber cumplido y la limpieza de su trabajo en la boca del asesino.

Resuena en esta crónica aquel magnífico cuento de Hernando Téllez, *Es-puma y nada más*, donde un barbero se limita a hacer un impecable trabajo en