



# EL IMPERIO DEL SUJETO<sup>1</sup>

Por **Hernán Toro**

Profesor Titular, Escuela de Comunicación Social

Director del Grupo de Investigación en

Periodismo e Información

Facultad de Artes Integradas, Universidad

del Valle

hernantoro2000@gmail.com

## RESUMEN:

En este artículo se pretende mostrar las formas con las que se dota a los artículos analíticos, una de las modalidades de los discursos de la información, para producir un falso efecto de objetividad, resaltando de entre ellas la coda de sus textos, en la que, contrariamente al registro que por lo general impera en el desarrollo de esos textos, marcado por un acento impersonal, emerge una voz francamente personalizada, expresión inequívoca de intervenciones subjetivas.

## PALABRAS CLAVE:

Discursos informativos, artículos analíticos, efecto de objetividad, subjetividad.

# M

uy a menudo, los artículos analíticos, que obedeciendo a una estrategia persuasiva ideológica sostienen el flujo discursivo en un registro impersonal, asumen al finalizar un registro diametralmente opuesto exhibiendo una subjetividad franca. Doy a esta manera de finalizar los textos el nombre de “coda”<sup>2</sup>.

Los artículos analíticos<sup>3</sup> son una de las modalidades de los discursos de la información. Se supone que aquéllos, a diferencia de las otras modalidades (noticia, editorial, reportaje, etc.), se refieren a la realidad de una manera *sui generis*, lo que legitima su identidad y, por lo tanto, su especificidad. Desde una perspectiva personal, que no por serlo así dejaría de ser objetiva, los agentes de la información descriptan la complejidad del mundo real y lo entregan al consumo como una lectura desprovista de sesgos individuales o de intereses personalizados. Es como si se dijera: este es el hecho ocurrido, este su sentido objetivo, y así debe ser leído si se quiere mantener una relación de fidelidad con la realidad. Es, en otras palabras, la sacrosanta valoración del ejercicio del periodismo de acuerdo a la cual lo que harían los agentes de esta práctica social no sería otra cosa que narrarnos el mundo tal como éste acontece en sus hechos fragmentados desde un punto de vista plenamente objetivo. Si se mira con un cierto cuidado, ya habría allí, sin embargo, una contradicción en los términos pues decir “un punto de vista” es asumir la posibilidad de la existencia de otros (un punto de vista es el lugar desde donde un observador mira un acontecimiento particular, lo que no excluye que otros observadores desde otros lugares puedan mirar el mismo acontecimiento), lo que invalida la pretensión de mirada única excluyente: otras percepciones son entonces posibles.

Pero al poder<sup>4</sup> no le conviene hacer aparecer sus análisis como resultado de una aproximación subjetivizada a la realidad; al contrario, le interesa que sus discursos informativos aparezcan siempre como una relatoría pura de los hechos sociales pues es la garantía ideológica de que esos discursos sean consumidos como verdades<sup>5</sup>. La asimilación de objetividad -que no es otra la significación de esa relatoría incontaminada de la realidad a la que hemos hecho referencia—a verdad es una estrategia retórica (es decir, pertenece al mundo de la persuasión, del convencimiento argumentativo, tal como las ciencias del lenguaje la han considerado desde los remotos orígenes localizables en la sabiduría griega; en tal sentido, el término “retórica” no puede ser entendido como artificial, falso, que es la manera como ha venido siendo impuesto el sentido en los discursos sociales a esta noble y antigua palabra<sup>6</sup>) pues con ella se disipa la execrable idea de que las informaciones se encuentran regidas por mezquinos intereses creados, por intencionalidades egoístas, por pérfidos planes políticos. Según esa estrategia ideológica, el mundo de los discursos analíticos sería una especie de espacio celestial en el que la pureza

de las intenciones marcaría las voluntades y los gestos de los agentes de las informaciones, sólo movidos por la información como un dato inerte y desinteresado, un bien colectivo puesto en evidencia en provecho de la buena salud de la sociedad<sup>7</sup>.

Nada más alejado de la realidad que tal manera de justificar y legitimar a la información. Inclusive, metodológicamente podría introducirse un criterio restrictivo de examen del texto no desde la perspectiva de lo que dice sino de la manera como lo dice, óptica emanada de Barthes y Derrida, para entender que ya los elementos puramente morfológicos, sin necesidad de avanzar hasta los de sentido, contradicen la supuesta referencia ascéptica a la realidad contenida en los artículos analíticos. Pues lo que los consumidores de este tipo de discursos encuentran, si se mira con atención, es una superficie textual pletórica de signos que traducen la presencia de una voz que de manera permanente matiza desde su propio interés subjetivo la realidad a la que se refiere.



En efecto, esta lectura acuciosa encontrará varios datos significativos:

- a. La muy dicente ausencia de una firma que se haga responsable del texto, lo que proyecta la idea de un discurso des-encarnado, sin autor, pura relación verbal de un mundo exterior, sin sujeto de la enunciación, llegado de manera directa de la realidad al soporte de papel, sin mediador: realidad pura: objetividad en estado virginal.
- b. La predominancia abrumadora de fuentes indeterminadas, genéricas, las que, en rigor, podrían ser un recurso retórico para endosar en fuentes indemostrables e inubicables el pensamiento de quien en verdad produce el discurso. Hay allí una especie de travestismo pues se da a ver una imagen cuando hay una realidad en el trasfondo que es ocultada por esa máscara. Estas fuentes son enunciadas a través de fórmulas del tipo “El público piensa...”, “La gente cree que...”, “Los colombianos opinan que...”: ¿Quiénes son el público, la gente, los colombianos?
- c. El constante uso de fuentes impersonales, cuyo uso retórico es semejante al señalado en el literal anterior. Estas fuentes se manifiestan a través del uso del neutro “se”, como en la frase “Se dice que...”: ¿Quién es ese “se”?
- d. La utilización de adverbios y adjetivos (“desafortunadamente...”; “El grave problema...”, etc.). La realidad, como se sabe, no se adjetiva ni se adverbializa a sí misma: hay siempre una voz humana que lo hace.
- e. Los conectores modales y temporales que establecen puentes entre bloques de ideas: “De igual manera”, “Mientras tanto”. Los conectores son un recurso para hacer accesible la lógica del discurso que se profiere; como los adverbios y adjetivos, ellos no hacen parte de la realidad pues son sobreimposiciones lógicas argumentativas: humanas, pues.
- f. La organización temporal y espacial de los discursos. Los trastocamientos al orden lineal de ocurrencia de la realidad son operaciones provenientes de las facultades humanas para organizar la percepción.

Todos estos elementos constituyen una verdadera constelación alrededor de los elementos propiamente dichos de la realidad evocados en el discurso y configuran una densa trama de emergencia de lo subjetivo en su superficie y, *a contrario*, de negación de su naturaleza supuestamente objetiva.



A esa pléyade de manifestaciones de la subjetividad habría que agregarle la coda. A diferencia de los elementos censados atrás, que de alguna manera se travisten, la coda asume de forma explícita su condición subjetiva. La coda tiene siempre un carácter valorativo, de síntesis, de recomendación, de advertencia, de consejo; remata los artículos analíticos con una especie de virtuosismo moral, de ejemplo ético, de paradigma de pensamiento. Es la voz finalmente visible que profería el discurso en un registro que hasta entonces había sido impersonal y oculto para inscribirlo en el orden personal. La coda se encuentra emparentada con las moralejas en la literatura infantil, tal como las hemos conocido desde Esopo, La Fontaine, Samaniego, Perrault. Este último, por ejemplo, recopiló historias infantiles y les añadió moralejas, de la misma forma que hoy en día los agentes de la información recopilan información y le añaden esa homóloga de la moraleja que es la coda. La moraleja se atreve a generalizar suprahistóricamente, más allá entonces de las circunstancias inmediatas en las que se origina. Su aplicación desborda el acontecimiento particular de donde surge para expandirse sobre todos los casos similares o afines. Receta moral, recomendación de actitud frente a la vida, consejo de buen ciudadano, inferencia evidente, la moraleja habla siempre desde el paradigma del deber ser y del buen comportamiento. Si estos artículos se cierran por esta especie de verónica moral, el lector se deja arrastrar por la idea de que entre lo dicho por la coda/moraleja y ésta sólo debe haber congruencia, por lo que entonces el cuerpo del artículo que ha precedido a la coda se nimba de una aureola de Bien, de Ejemplaridad, de Paradigma. Nada de lo leído puede ser malévolo puesto que el espíritu de la coda, tan evidentemente positivo, tan indiscutible en su virtud, baña por reflejo o por extensión la totalidad del texto.

La coda, al pertenecer al orden personal, diferente entonces al orden impersonal que predomina hasta su aparición al final, se inscribe ya no sólo en los elementos puramente textuales que conforman la estructura formal del texto y permiten responder al interrogante sobre cómo es el texto, sino también y sobre todo en la textura ideológica del texto, que permite abordarlo ya no desde la pregunta a cómo es sino desde lo que dice.

Entre la coda y los otros elementos de subjetividad del mediador existe una diferencia de naturaleza pues mientras éstos hacen parte de un universo impersonal, aquélla lo es de uno personal.

En consecuencia, lo que este documento quiere plantear es que metodológicamente se puede abordar el análisis de los artículos analíticos siguiendo dos etapas diferenciadas pero complementarias: una, que se guía por las preguntas en torno a la construcción formal del texto (cómo es); otra, orientada por las preguntas acerca de la significación del texto (qué es). La primera etapa enfrentaría las marcas de la subjetividad expresadas en el texto de manera velada; la segunda, las marcas de esa misma subjetividad expresadas de manera evidente a través de la coda. Ambas etapas, por ser complementarias, desembocan en un mismo asunto: cómo los discursos de la información, al mismo tiempo que presumen ser objetivos en su referencia a la realidad, contienen los elementos de su propia negación. En los discursos de la información, como todo en la vida, estamos ante el imperio del sujeto.

Una nota final: es probable que estemos ante una crisis de la información puesta de presente por la repetición de los modelos informativos. Si la realidad es mutable, es de esperar que la manera de rendir cuenta de ella sufra igualmente transformaciones, lo que no parece ser el caso. Pero en este texto no se trata de señalar errores que podrían encontrar una solución para informar mejor; el acercamiento no es, si puedo decirlo, moral ni pragmático: es puramente constataivo. Hecha esa advertencia, puedo afirmar que quizás la razón para continuar reiteradamente en la clonación del modelo se deba a que no se ha entendido, como sí lo ha hecho Michel Serrès a propósito de la curación, que “La crisis lanza el cuerpo o hacia la muerte o hacia una novedad que ella lo fuerza a inventar”<sup>8</sup>.

## Notas:

---

- <sup>1</sup> Este trabajo es un desarrollo de la investigación titulada “La lectura Vertical”, oficialmente desarrollada en la Universidad del Valle.
- <sup>2</sup> Del latín Cauda, que significa “Cola”.
- <sup>3</sup> Para este trabajo, como para la investigación de la cual es vástago, me basé principalmente en artículos aparecidos en la revista Semana, ejemplar típico de un modelo mundialmente generalizado de información llamado “de actualidad”.
- <sup>4</sup> Utilizo aquí el difuso término “poder” para hacer referencia a las organizaciones políticas, económicas e ideológicas que ejercen el control sobre el funcionamiento de la sociedad en beneficio suyo y en detrimento de los sectores y clases a los cuales sojuzgan.
- <sup>5</sup> Cf. Bourdieu, Pierre. “L’emprise du journalisme”, in *Actes de la recherche en Sciences Sociales* 101, 102. Paris, 1994.
- <sup>6</sup> Cf. Barthes, Roland. *L’ancienne rhétorique. Aide mémoire. Communications* 16. Seuil, Paris, 1970.
- <sup>7</sup> Ojalá se perciba el sentido irónico que he querido darle a esta parte final del párrafo.
- <sup>8</sup> Serrès, Michel. *Temps des crises. Éditions Le Pommier*, Paris, 2009.

## Bibliografía:

---

BARTHES, Roland. *L’ancienne rhétorique. Aide mémoire. Communications* 16. Seuil, Paris, 1970.

BENVENISTE, Emile. “De la subjectivité dans le langage”, in *Problèmes de linguistique générale*, 1. Gallimard, Paris, 1966.

BOURDIEU, Pierre. “L’emprise du journalisme”, in *Actes de la recherche en Sciences Sociales* 101, 102. Paris, 1994.

SERRÈS, Michel. *Temps des crises. Éditions le Pommier*, Paris, 2009.

TORO, Hernán. *La lectura vertical. Universidad del Valle, Cali*, 2009.