

DEFENSOR DEL LECTOR DEL PERIÓDICO EL COLOMBIANO, UN ESTUDIO CRÍTICO DE SU DISCURSO*

New Ombudsman newspaper El Colombiano,
Critical Study of his Discourse

Neyla Graciela Pardo Abril

Doctora en Lingüística Española de la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED), España Sobresaliente Cum Laude. Magíster en Lingüística Española del Instituto Caro y Cuervo- Seminario Andrés Bello, Magíster en Administración y Supervisión Educativa. Lingüista de la Universidad Nacional. Profesora Titular en el Departamento de Lingüística de la misma Universidad e investigadora asociada del Instituto de Estudios en Comunicación y cultura-IECO. Coordinadora del Grupo Colombiano de Análisis del Discurso Mediático. Categoría B en el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación de Colciencias.

pardo.neyla@gmail.com

Luis Eduardo Ospina Raigosa

Periodista Universidad de Antioquia, estudiante de la Maestría en Comunicación y Medios de la Universidad Nacional de Colombia y miembro del Grupo Colombiano de Análisis del Discurso Mediático.

luchospin@gmail.com

* Este artículo presenta los resultados obtenidos a partir de una investigación de trabajo de grado financiada por el Comité para el Desarrollo de la Investigación (CODI), de la Universidad de Antioquia. Se titula “Análisis de discurso del Defensor del Lector en el periódico El Colombiano. 2009-2010”. (Acta de inicio 2012-08) Esta es la investigación del autor para optar por el título de Periodista en la misma Universidad. Fue asesorada por la Profesora del Departamento de Lingüística de la Universidad Nacional de Colombia, Neyla Graciela Pardo Abril, Doctora en Filología y experta en estudios del discurso. El texto se concentra en exponer algunas de las nociones fundamentales que orientaron dicha tesis. Realiza además el análisis de una de las columnas de *corpus* de investigación a modo de ejemplo y despliega algunas de las conclusiones que arrojó la tesis que lo sustenta. Por obvias cuestiones de espacio, no se incluyen aquí las matrices que componen la investigación, ni el total de categorías y conceptos que se desarrollaron en la misma.

RESUMEN

El periódico *El Colombiano* ha tenido en los últimos diez años una tendencia política que le ha generado críticas de diversos sectores sociales. Este artículo realiza un análisis del discurso del Defensor del Lector de ese medio, para determinar la manera como responde a tales cuestionamientos. Preguntarse por los propósitos comunicativos que tiene este Defensor del Lector resulta determinante para entender la función que cumple dentro de dicho periódico. Este trabajo se basa en los Estudios Críticos del Discurso (ECD), y concluye que Defensor del Lector es una sección de *El Colombiano* que sirve al propósito de proyectar una imagen de confianza sobre sus contenidos que se refuerzan en cada columna. Su propósito no es garantizar información de calidad, sino más bien brindar un espacio discursivo dentro del periódico que ayuda a construir un vínculo identitario con el lector en aras de fortalecer una imagen positiva del diario y sus informaciones. Investigaciones de corte crítico como esta aportan reflexiones importantes al periodismo colombiano, que es tan poco dado a la crítica y la autocrítica.

Palabras clave: Defensor del Lector, periódico *El Colombiano*, Estudio Crítico del Discurso, estrategias discursivas.

ABSTRACT

Over the past 10 years, the Newspaper *El Colombiano* has exhibited a political trend which has put forward criticism by several social sectors. This article carries out a discourse analysis on this newspaper's Press Ombudsman so as to determine the way it responds to such a questioning. Wondering about the communicative purposes that the Press Ombudsman has is rather relevant in order to understand its role within such a newspaper. This Critical Discourse Study (CDS) concludes that Press Ombudsman is a mechanism used by *El Colombiano* to Project a trust image on its contents, reinforced on every column. Its purpose is not guaranteeing quality of information. It is rather the public space which helps to construct and identity bond with the reader so as to strengthen the newspaper's positive image as well as its information ground. Research of this critical nature provides colombian journalism with reflections from a critical and self-critical perspective, which is not widespread in this field.

Keywords: New Ombudsman, newspaper *El Colombiano*, Critical Discourse Studies, strategies of discourse, theory of argumentation.

Recibido: 31 de mayo de 2013

Aprobado: 15 de junio de 2014

Introducción

El seis de febrero de 2012 el periódico *El Colombiano* de Medellín cumplió cien años de historia, siendo el tercer periódico más antiguo del país después de *El Espectador* y *El Tiempo*. Sus 120 mil millones de pesos al año por ventas de ejemplares impresos lo consolidan como un éxito empresarial que genera utilidades económicas a pesar de que el advenimiento de internet ha golpeado la versión impresa de los diarios en el mundo (Osorio, 2011). Es un medio con lectores cautivos, que en los últimos diez años ha tenido una polémica tendencia editorial donde expresa abiertamente su respaldo al cuestionado gobierno del expresidente Álvaro Uribe Vélez (Editorial El Colombiano, 2009a).

El Colombiano defendió, en su momento, las zonas francas de los hijos de Uribe; la primera y segunda reelección; el exilio de la exdirectora del DAS, María del Pilar Hurtado, en Panamá, y del excomisionado de paz, Luis Carlos Restrepo; acusó a la rama judicial de estar politizada cuando la Corte Suprema de Justicia falló en contra de Guillermo León Valencia Cossio (cercano a la casa *El Colombiano*) por “poner la Fiscalía de Medellín al servicio de la delincuencia organizada”. Este periódico acoge proyectos altamente controvertidos como AIS (Agro Ingreso Seguro) (Editorial El Colombiano, 2009b), que otorgó subsidios a las élites terratenientes de ciertas zonas del país que defraudaron al Estado colombiano.

Su tendencia política le ha ganado críticas, tanto de generadores de opinión pública que tildan al diario de apasionado y de parcial (Herrán, 2010), como de una parte de su audiencia, que ha optado por escribir al Defensor del Lector. Este artículo presenta los resultados de un Estudio Crítico del Discurso (ECD) aplicado a las columnas del Defensor del Lector en el periódico *El Colombiano*. El objetivo general de este ECD devela los propósitos comunicativos del Defensor del Lector y con ello su función en el periódico, a la luz de la labor social para la que fue creada esta figura en la prensa moderna: defender el derecho a la información como bien público de la ciudadanía.

En la investigación que fundamenta este artículo, se parte de la hipótesis de que el discurso estudiado tiene unos propósitos contrarios al sentido general que orienta una Defensoría del Lector. Por ello, los objetivos específicos que condujeron este ECD pretenden identificar la estructura discursiva y determinar las estrategias que utiliza tal discurso para cumplir con sus propósitos comunicativos. Para efectos del presente artículo, se analiza una de las columnas del *corpus* de la investigación en aras de desentrañar algunos de los propósitos comunicativos que se tejen en tal discurso mediático.

Defensor del Lector

El concepto de Defensor del Lector viene a la prensa escrita como extensión del término sueco *Ombudsman*. Es un mediador entre el parlamento y el pueblo, que los periódicos adoptaron para atender el reclamo de los lectores acerca de la información pública que se pone a circular por esos medios de comunicación.

El *Ombudsman* es una institución o figura nacida en el siglo pasado y oficializada en la prensa europea desde la Primera Guerra Mundial. Surge de la idea política del defensor del pueblo, quien en nombre de los ciudadanos sirve de mediador o representante de estos ante el Estado para manifestar sus reclamos y anhelos. En el caso del defensor de los lectores su objetivo es estar a la disposición para atender y dar a conocer las opciones, cuestionamientos, ideas y sugerencias de quienes, día a día, escogen el diario como medio de comunicación (Nuñez, 2000: 33).

No es posible ejercer ese oficio con eficacia cuando se carece de neutralidad, independencia, un poder diferente al de la autoridad y un contexto adecuado de elección libre, pues según Laura Salamanca (Salamanca, 2004: 58), estos son elementos indispensables para ser *Ombudsman* o mediador.

Uno de los elementos centrales de la figura del Defensor es su independencia. Se trata, en primer lugar, de independencia frente al propio medio, ya sea por su total autonomía en el trabajo, ya sea por la ausencia de relaciones de dependencia con los directivos y dueños del periódico. Pero también es independencia de criterio. El Defensor recibe los casos, los analiza, indaga para obtener mayor información y asume una posición que expone directamente al público, sin ninguna interferencia, a través de su columna. (Rey, 2003: 4).

Algunos medios de comunicación tienen entre sus criterios —casi siempre más comerciales que periodísticos— optar por un Defensor del Lector para mejorar su imagen pública. En ese sentido, la Defensoría del Lector se vuelve un instrumento para mostrar al medio —solo discursivamente— como una empresa que pretende ofrecer información imparcial y de la mejor calidad. Surge entonces el cuestionamiento frente al Defensor del Lector en el periódico *El Colombiano*, encaminado a analizar si sus propósitos discursivos responden al mejoramiento de una imagen pública de un periódico tan cuestionado en los últimos años, o si, por el contrario, obedecen a los intereses democráticos de velar por una información pública de calidad para los lectores.

El Defensor del lector es un oficio en construcción. Oficio, por una parte, variado, y por otra, titubeante. Pero un oficio que concentra, como los agujeros negros, una enorme potencia, porque sirve de espejo de las turbulencias que viven a diario las relaciones entre medios de comunicación y sociedad, derecho a la información y poder (Rey, 2003: 5).

En Colombia el diario *El Tiempo* de Bogotá fue el primero en implementar la figura del Defensor del Lector el seis de diciembre de 1992. En ese momento se le denominó con el nombre clásico de *Ombudsman*. Más tarde, la Defensoría

del Lector fue implementada por los periódicos *Vanguardia Liberal* en 1992, *El Espectador* en abril de 1998 y *El Colombiano* en enero de 1999 (Yepes, 2008: 15).

En la actualidad, el periódico *El Colombiano* es el único en el país que conserva dicha figura, pues los otros diarios la han eliminado de sus páginas por diversos motivos. La figura de la Defensoría del Lector cumplió en diciembre de 2012 veinte años de creación en Colombia. Sin embargo, tal fecha pasó inadvertida para medios de comunicación y sociedad civil en general.

Los periódicos analizados por los diferentes Defensores del Lector que han existido en Colombia y que son contratados por tales medios, vuelven a cometer los errores señalados por el Defensor del Lector. Los trabajos que han recopilado la labor de estos profesionales, muestran que los periódicos incurren, tiempo después, en errores diversos señalados en su momento por el Defensor del Lector (Yepes, 2008: 295).

El panorama nacional muestra que la labor del Defensor del Lector se reduce solo a análisis de casos pero no se logra posicionar como un ejercicio de transformación. La recurrencia en errores informativos de forma, que ya han sido analizados (temas ortográficos, de titulación, de diseño y diagramación, entre otros) puede indicar una falta de mecanismos y estrategias pedagógicas para prevenir y corregir dichos problemas en los diarios nacionales.

Sin embargo, en asuntos del contenido de la información, el sentido de ella se puede convertir en mecanismo de dominación discursiva, que beneficia intereses particulares (cuando se visibiliza en exceso a un candidato, cuando se exageran los beneficios de una política o cuando se amplifica —desde el medio— un discurso de gobierno sin independencia ni perspectivas críticas complementarias). Esta decisión mediática no es un error inconsciente al abordar un fenómeno social sino una tendencia que puede caracterizar un medio de comunicación. La tarea de un Defensor del Lector en este aspecto consiste en detectar y denunciar este tipo de tendencias informativas. En Colombia, no existe una institución o una entidad que cumpla la función de alertar cuando se presentan este tipo de abusos en la prensa nacional.

Al velar por la calidad de la información pública, un Defensor del Lector libre e independiente —por tanto que emerja de la sociedad civil— está llamado a romper con la dominación discursiva que se ejerce desde los medios masivos. Es en este punto donde cobra relevancia vincularlo con los Estudios Críticos del Discurso (ECD). En dicho campo interdisciplinar hay un propósito explícito de asumir una postura política clara en torno a los problemas que se investigan, al tiempo en que se usa el conocimiento adquirido para contraponerse a aquellos

que abusan del poder discursivo, en solidaridad con quienes sufren dicha forma de dominación.

El campo teórico de los ECD —en especial el enfoque sociocognitivo— explica de manera integral los procesos de dominación discursiva en la comunicación de masas y la influencia de los medios en sus interlocutores. Aprovechar ese amplio campo conceptual para analizar los actuales propósitos de un Defensor del Lector determinado, resulta una tarea relevante y recíproca para el periodismo y para los Estudios Críticos del Discurso. Investigar desde estas perspectivas aporta alternativas de conocimiento y transformación en un nivel reflexivo al periodismo colombiano, que es tan poco dado a la crítica y la autocrítica.

Estudios Críticos del Discurso

El Análisis Crítico del Discurso (ACD) es un enfoque analítico de investigación sobre el discurso que “estudia primariamente el modo en que el abuso del poder social, el dominio y la desigualdad son practicados, reproducidos, y ocasionalmente combatidos, por los textos y el habla en el contexto social y político” (van Dijk, 2004: 10). A partir del año 2010, este tipo de análisis se empezaron a denominar como ECD en el panorama mundial. El presente artículo asume tal enfoque como postura teórica. Parte del postulado de que el objeto de estudio analizado (Defensor del Lector del periódico *El Colombiano*), se encuentra inmerso en los procesos de dominación discursiva propios de la comunicación de masas. Está en sintonía con la tendencia de ECD en América Latina, caracterizada por la preocupación por problemas sociales relevantes.

Los ECD en América Latina se han caracterizado por su compromiso con los problemas locales y regionales. Los analistas de discurso no solo se han preocupado por dar cuenta de las especificidades del discurso como acto comunicativo, sino que de manera muy concreta han asumido asuntos estructurales y coyunturales de la realidad social y cultural (Pardo, 2011: 30).

La investigación que fundamenta este artículo reconoce que los medios de comunicación son actores discursivos con intereses de diversa índole y que participan en los juegos de abuso de poder. Algunos de sus productos y formatos —como las columnas del Defensor del lector—, no están exentas de tal dinámica y pueden responder a las lógicas de tales intereses. Los ECD dan elementos teóricos amplios, debido a que su preocupación nodal consiste en desentrañar la forma como el discurso está implicado en la reproducción de la dominación (van Dijk, 2009).

El bajo nivel de cultura democrática que se presenta en la sociedad colombiana lleva a cuestionar el papel que juegan los medios de comunicación como actores

que aportan a la construcción de ciudadanía. Este asunto motiva a preguntarse por el real objetivo de tales instituciones. Partiendo del hecho de que los medios masivos han sido tradicionalmente propiedad de grupos sociales de élite que ostentan diversos tipos de poder y ejercen múltiples formas de dominación.

Con ese panorama, la perspectiva crítica de los estudios del discurso ofrece un acervo teórico que da justo en el nodo de tales preocupaciones. Su inquietud por los problemas sociales, su visión amplia frente al concepto de discurso, su carácter incluyente e interdisciplinar, la integralidad con que explica los fenómenos discursivos en la comunicación de masas y el compromiso político que asume el investigador, hacen de este un campo teórico adecuado para abordar los propósitos discursivos de un Defensor del Lector determinado.

Dentro de los cinco enfoques que emergen de los ECD —el socio cognitivo, el político, el sociológico, el histórico y el semiótico— (Pardo, 2007), el que mejor se adapta a los parámetros de este objeto de estudio es el enfoque socio cognitivo. Este enfoque mantiene su énfasis en el análisis de los problemas sociales y de dominación. Tales problemas quedan representados en los discursos que produce y reproduce una cultura, por lo que resulta fundamental dar cuenta de las relaciones de poder que se soportan en **modelos mentales**, **ideologías** y otras nociones de tipo cognitivo. “Se reconoce que estas entidades cognitivas contribuyen a orientar la acción social y a promover formas de interacción entre los miembros de una sociedad” (Pardo 2011: 27).

La noción de **discurso** hay que definirla desde una dimensión amplia e integradora. El discurso es una forma de uso del lenguaje donde se incluyen componentes relevantes que tienen que ver con sus funciones: quién utiliza el lenguaje, cómo lo utiliza, por qué y cuándo lo hace. En este sentido, se entiende el discurso como un suceso de comunicación (van Dijk, 2000), lo que permite incorporar muchos de los aspectos funcionales para su estudio detallado. Bajo esta definición, las columnas del Defensor del Lector publicadas en el periódico *El Colombiano* son un suceso de comunicación que involucra dos actores sociales esenciales: el escritor y el lector. Para un análisis de tal discurso es importante entender cómo utiliza el lenguaje en sus columnas y por qué.

La producción de un discurso no se hace en el vacío, sino que está determinada por los constructos de ideas compartidas que circulan socialmente. Las **ideologías** se entienden como esos “sistemas de creencias o representaciones generales, abstractas y compartidas por grupos amplios y heterogéneos” (Pardo, 2004:1). La ideología conservadora a la que siempre se ha adscrito *El Colombiano*, por ejemplo, es un sistema de creencias amplio y abstracto. Es cercano a los preceptos de la Iglesia Católica y aboga por la conservación de una serie de principios y valores concretos como el mantenimiento del orden social, la propiedad

privada y la familia. Veremos más adelante en el análisis cómo la mención constante de ciertos principios éticos (abstractos y concretos), estructuran toda la argumentación del discurso estudiado.

Las ideologías dan sentido al mundo y fundamentan la acción social (van Dijk, 2011). Los sistemas de creencias, saberes y conocimientos articulados y relacionados a otros esquemas e instancias mentales como los modelos, se comunican y comparten mediante el discurso. “Tenemos ahora el vital eslabón perdido entre la ideología y el discurso: las ideologías organizan las actitudes específicas de los grupos, esas actitudes pueden intervenir en la formación de opiniones personales representadas en modelos y, finalmente, esas opiniones personales pueden expresarse en el texto y la conversación” (van Dijk, 1996:15).

El **modelo mental** es otra de las nociones fundamentales de los ECD. Los modelos mentales son una construcción abstracta en la mente de un individuo, es decir, son la representación mental de la experiencia personal. “El modelo mental recoge una conceptualización individual de la experiencia como resultado del uso de un código compartido” (Pardo, 2004: 4).

Un modelo es construido a partir de la comprensión de un discurso, y el discurso aporta elementos novedosos que actualizan la visión que se tiene sobre algo en particular. Así, un lector del periódico *El Colombiano* al que se le reiteren constantemente los referentes éticos y valores periodísticos bajo los cuales opera el diario (función que cumple la columna del Defensor del Lector), seguramente tendrá una visión positiva —un modelo mental— del medio de comunicación, en contraste con otro medio que no posee un espacio dentro del diario para enfatizar de modo positivo la manera de informar.

Con ello tenemos una descripción muy general sobre los conceptos fundamentales que orientaron este ECD. Estas nociones son la base teórica fundamental para entender la manera como circulan los discursos en el paisaje mediático actual. La comprensión, aplicación y profundización en todas esas nociones permite tener un panorama amplio e interdisciplinar sobre los asuntos de la comunicación de masas. El presente texto aborda sólo algunos aspectos generales de la investigación que lo fundamenta.

Procedimiento metodológico

Las columnas del Defensor del Lector vienen diferenciadas de las demás columnas de opinión en el periódico por rasgos en la diagramación que hacen explícita su sección. Las piezas seleccionadas para la investigación que nutre este artículo son respuestas hechas por el Defensor del Lector a reclamos emitidos por el público

respecto a la calidad informativa de *El Colombiano* en el cubrimiento de temas polémicos agrupados en el libro de Yepes (2008) bajo la categoría de decisiones internas del medio.

La investigación que nutre este artículo comprende el año preelectoral de 2009 y el electoral de 2010, pues fue en este lapso cuando más quejas de este tipo se presentaron en el material discursivo objeto de análisis. De los 96 textos publicados por Víctor León Zuluaga Salazar, Defensor del Lector del periódico *El Colombiano* en los dos años que aborda la investigación, sólo diez columnas cumplen con ese requisito, pues hacen explícitos, mediante citas textuales, los reclamos de los lectores frente al cubrimiento de esos asuntos.

Esas diez columnas de opinión fueron material textual suficiente para ahondar en un nivel profundo de análisis de discurso. La polémica tendencia del periódico investigado y el poco tratamiento temático que el Defensor de Lector hace con respecto a asuntos polémicos, hacen pensar que se le resta énfasis a aquellos reclamos abordándolos solo ocasionalmente.

Se empleó como unidad de análisis el párrafo. Este se entiende como una unidad intermedia formante de textos. El párrafo es un conjunto de enunciados relacionados semánticamente por un núcleo temático. Se convierten en constituyentes de unidades textuales superiores al enunciado. Sirven de forma eficaz para determinar las estrategias semánticas usadas por quien escribe (Núñez, 2000). De la misma manera, son pertinentes para determinar la coherencia local y global dado que están constituidos por proposiciones, que son la unidad menor de análisis en los ECD.

Para la recolección de estos datos en la investigación se procedió de forma manual, elaborando matrices que respondieran a las distintas categorías y recursos expresados en las columnas. La matriz I determinó las diferentes técnicas de presentación utilizadas en el *corpus*. La matriz II rastreó los diferentes argumentos, lo que permite establecer la frecuencia de los mismos y con ello la constante argumentativa en la estructura discursiva del Defensor del Lector.

Los procedimientos que se realizaron en una primera fase de la investigación (Matriz I y II), permitieron la dilucidación de una serie de categorías específicas para el estudio del discurso objeto de análisis, que sobre la base teórica de los ECD sirvieron como directriz para identificar las estrategias propias del discurso estudiado. Es decir, los datos conjugados con las nociones teóricas se elevaron al nivel de categorías.

El discurso del Defensor del Lector tiene una estrategia general que consiste en enfatizar las cosas buenas del grupo y restar énfasis a los aspectos negativos.

Sabemos que la estrategia de enfatizar y restar énfasis (entre nosotros y ellos) es un esquema constante en los discursos de opinión polarizados.

El cuadrado ideológico propuesto por van Dijk (1996) es una manera de detectar el grado de polarización en el que se encuentra determinado discurso. Se logró comprobar en esta investigación que el discurso estudiado no establece de manera explícita un “Ellos” como estrategia para polarizar. No existe un enemigo constante al cual atacar. Esto sucede porque atacar a un contrario (polarizar) le quita el manto ético de neutralidad que pretende darle a su ejercicio como mediador entre los lectores y el medio de comunicación.

En el *corpus* estudiado esa estrategia de enfatizar se vuelve una estrategia global de presentación positiva que siempre va en arreglo de los valores del buen ejercicio periodístico. En la teoría, se clasifica como el fenómeno sociopolítico de **inclusión**:

En términos culturales la exclusión y la inclusión son mecanismos de opresión que niegan la diferencia o desconocen la alteridad [...] en términos políticos, son una construcción de poder, relegada a unos pocos, a determinados temas y a un conjunto de acciones puntuales y temporalmente definidas (Pardo, 2007: 122).

Elementos léxicos como la imparcialidad, la veracidad y la independencia se vuelven recurrentes en el discurso. Esos valores los presenta como propios tanto de su quehacer como Defensor del Lector como de *El Colombiano* y sus periodistas.

Otra serie de estrategias discursivas que se presentan en el discurso analizado son: La estrategia que vincula los elementos léxicos al *Ethos* —*Ethos* es un tipo de orador que estructura su discurso a partir de los valores a los que alude— (Perelman 1997), la estrategia de describir con detalle sus cosas buenas y la estrategia de desplazamiento hacia autoridades que refuerzan máximas. Todas ellas emergieron gracias la articulación de los datos obtenidos en las matrices con la teoría propia de los ECD.

La construcción de esas estrategias se teje de forma sutil. Por ello la manera de determinarlas precisa un análisis, párrafo a párrafo, que localice los recursos y procesos lingüísticos que conforman una estrategia. Las columnas del *corpus* se segmentaron en párrafos para su estudio detallado, marcados como p1, p2, p3 y así sucesivamente. Cuando se hace referencia en el análisis, por ejemplo, al segundo párrafo de la columna número 3 del *corpus*, este se identifica de la siguiente forma: (C3-p2). Para efectos del presente artículo, se presenta el análisis de una de las columnas del *corpus* titulada “Sin independencia no hay imparcialidad periodística”, publicada el 20 de julio de 2009 en *El Colombiano*.

Un ejemplo del análisis

En los resultados del análisis de la estructura argumentativa de la investigación, que fundamenta este artículo, se logró determinar que el discurso estudiado lleva como columna vertebral la referencia constante a valores profesionales. Este rasgo es tipificado en la Teoría de la argumentación (Perelman 1989 y 1997) como un orador *Ethos*. El primero en conceder al *Ethos* una gran importancia en la eficacia persuasiva de los discursos fue Aristóteles, quien llamaba así al carácter, el talante o la imagen que el orador proyecta y crea de sí mismo.

Mantener una imagen pública es una estrategia general que exige no situarse por encima del destinatario (van Dijk, 2011: 35). Esta imagen implica establecer un vínculo identitario —que mantenga una relación positiva— con el interlocutor. Afianzar el vínculo con los lectores se vuelve por sí mismo un propósito general. La manera de afianzar el vínculo se encuentra en enunciar mediante el discurso creencias y conocimientos social y profesionalmente compartidos. La presencia de un Defensor del Lector en un periódico como *El Colombiano* está encaminada a reforzar el vínculo identitario entre el medio y el lector a través de un escenario discursivo que hable de los valores y bondades del medio.

La columna que se va a analizar parece una evasión general a las preguntas puntuales que los lectores exponen. El Defensor del Lector responde con enunciados generales de tono moralizante que en la teoría se denominan Máximas. Según Aristóteles, citado por Caballero López (2005: 8), la Máxima se define como una afirmación de carácter general que aconseja lo que se debe elegir o evitar por el hecho de que ejerce sobre el auditorio la autoridad de la sabiduría comúnmente aceptada.

Para empezar, el titular de la columna, entendido como una huella estructural que contribuye a la coherencia global del texto —y por tanto al tópico general que se pretende desarrollar—, manifiesta desde el tema propuesto ese *Ethos* oratorio: **Sin independencia no hay imparcialidad periodística**. Luego viene la entradilla del texto, que está en comillas porque es una cita del *Manual de estilo*:

“Para EL COLOMBIANO es un deber mantener a salvo de cualquier clase de presiones, la veracidad e imparcialidad de sus informaciones. Se lo exigen la buena fe de sus lectores y la necesidad de preservar su activo más valioso: su credibilidad»(C3-p1).

Citar es asunto recurrente en todo el discurso objeto de análisis y que tiene como objetivo llevar cuestionamientos precisos de los lectores al plano de lo abstracto (Máxima). En la Teoría de la argumentación, a este procedimiento lingüístico de citación se le conoce como Argumento de autoridad, pues cita una autoridad conocedora para estructurar el argumento (Perelman, 1989: 469).

En este caso, el periodista personaliza la institución cuando habla de EL COLOMBIANO (sujeto de deber y derecho) para atribuirle una obligación (modalidad deóntica del deber). Luego se apropia de la axiología occidental como marcador del cumplimiento de la función social de los medios de comunicación para optar y proponer un carácter moralizador. Al hacerlo propone que hay medios de comunicación que no hacen lo propuesto y establecido socialmente.

Según la matriz II de la investigación, el 40 por ciento de los argumentos presentes en el *corpus* son de autoridad, lo que indica lo frecuente que son para los propósitos del Defensor del Lector. “El empleo de una máxima envuelta en un argumento de autoridad es, como decía el estagirita [Aristóteles], el vehículo discursivo privilegiado del *êthos*” (Caballero López, 2005: 14).

El Defensor del Lector, en su propósito discursivo de presentar de manera positiva a su grupo, utiliza unas formas de nominación precisas, donde se vincula a sus miembros a valoraciones positivas, alejándose de las valoraciones negativas. En los ECD este recurso se conoce como **activación y pasivación**, y tiene que ver con la organización sintáctica de la frase.

La utilización de las frases **activas** para miembros de su grupo en momentos donde se resaltan valores, acciones o bienes de tipo favorable, y de frases **en pasivo** cuando se tocan temas desfavorables, son un recurso lingüístico recurrente en ese discurso que se rastreó en el *corpus*. Este recurso va reordenando las cualidades de los actores —en este caso de los periodistas y *El Colombiano*—, pasando desde las posibles valoraciones negativas presentadas en las quejas a aspectos positivos ligados a valores profesionales.

En este párrafo de entradilla, por ejemplo, vale la pena detenerse a mirar cómo se constuye en la columna la noción de independencia, que según el titular es el elemento necesario para mantener la imparcialidad periodística. La organización sintáctica del discurso pone a *El Colombiano* como agente de la primera frase: “Para EL COLOMBIANO es un deber mantener a salvo de **cualquier clase de presiones**, la veracidad e imparcialidad de sus informaciones”(C3-p1). Se conjuga el proceso lingüístico de activación del actor (*El Colombiano*) dentro de un argumento de autoridad. Esto transmite veracidad y diligencia al sujeto de la frase.

En esta proposición, que es una frase activa, *El Colombiano* es un sujeto que tiene un deber (positivo y diligente) de mantener a salvo sus informaciones. Las implicaciones de esta frase indican que efectivamente hay una serie de presiones que pueden afectar la veracidad e imparcialidad de la información. Se concibe al sujeto (*El Colombiano*) como el protector de los valores mencionados, al tiempo que se teje la idea de que son factores externos —y no intereses de los medios— los que afectan la calidad de la información.

Desde el inicio de la columna se contempla, exclusivamente, que son las amenazas externas las que ponen en riesgo el objetivo del diario (la independencia). Las presiones siempre son externas, su significado dice que son una fuerza o empuje que se ejerce sobre algo, en este caso sobre una posible víctima que tiene un deber. Ese deber, al estar acompañado de palabras como veracidad e imparcialidad se valora de manera positiva y por tanto se vuelve un propósito altivo para *El Colombiano*. En este sentido, el discurso del Defensor del Lector valora positivamente al medio, ubicándolo como salvaguarda de la independencia y como víctima de presiones externas que se salen de su control.

La segunda frase es mucho más interesante, pues trae a colación la manera como se percibe —desde el discurso del Defensor del Lector—, el vínculo identitario entre medio y lector. Que es trascendente, tanto para la existencia del medio, como para la imagen pública del Defensor del Lector: “Se lo exigen la buena fe de sus lectores y la necesidad de preservar su activo más valioso: su credibilidad” (C3-p1).

Aquí se pretende plantear un paralelo de corresponsabilidad entre el periódico y los lectores. Es así que al deber —solamente enunciativo— del diario por mantener información veraz e imparcial, le corresponde un deber del lector —que es de buena fe— por creer en el periódico. La buena fe (del latín *bona fides*) es un principio general que consiste en un estado mental de convicción en cuanto a la exactitud de un asunto u opinión. En este caso es la convicción del lector frente a la exactitud de la información que le presenta el periódico.

En otras palabras, se propone un lector pasivo frente a la forma como le llega la información. Con una buena fe que le exige estar convencido de la exactitud del producto que le ofrecen. En la relación Medio-Lector que plantea discursivamente este texto se vuelve casi un deber por parte del lector darle credibilidad a las informaciones que le suministra el medio. Se vuelve un acto de fidelidad. En tal sentido la columna continúa:

En esta columna continúo la reflexión que he mantenido en las dos anteriores sobre la imparcialidad periodística, motivada por los mensajes recibidos en las últimas semanas (C3-p2).

Manuel Ocadiz Cano David dice: “No creo en la posibilidad de que en Colombia, algún día, tengamos equilibrio informativo. Los grandes medios siempre estarán parcializados a favor de los poderosos, no entiendo por qué los diarios, las cadenas de radio y televisión le dan tanta importancia a la seguridad democrática sabiendo que por constitución todas las personas tenemos derecho a vivir seguros. Pero a pesar de tanta propaganda en los medios de información, el ciudadano común y corriente aún sigue indefenso en las calles de las grandes ciudades y veredas marginadas...” (C3-p3).

Patricia Henao C., en una extensa comunicación, afirma que “...me siento decepcionada de la manera como los medios de comunicación regionales y nacionales ejercen su actividad

profesional de manera sesgada, en provecho de sus propios intereses, manipulando la opinión e impidiendo que lectores y radioescuchas puedan hacer su propio discernimiento de manera libre y espontánea...” (C3-p4).

El recurso de describir en detalle sus acciones o narrar la forma como se dispone a actuar se denomina en los ECD como Narrativización. Dicho proceso consiste en centrar la atención discursiva en los detalles del acontecimiento para darles un talante importante (Pardo, 2007: 160). Según la matriz I de la investigación, el 48 por ciento de las técnicas para presentar la información son del tipo de Narrativización, asunto que sustenta su propósito general de presentar positivamente las buenas acciones, tanto propias como grupales.

El Defensor del Lector recurre con frecuencia a describir sus acciones. En el párrafo 2, los actos de habla se vuelven una estrategia cuyo propósito es enfatizar en su actuar, mostrándose siempre atento y diligente: “En esta columna continuo la reflexión que he mantenido en las dos anteriores sobre la imparcialidad periodística, motivada por los mensajes recibidos en las últimas semanas” (C3-p2).

Nótese cómo utiliza la primera persona para referirse a la acciones que realiza o que va a realizar. La recurrencia a actos de habla y descripciones pretende mostrarlo como un profesional diligente. Al recurrir a la Narrativización, refuerza la estrategia que describe las cosas buenas del periódico, asunto que pretende legitimarlo como actor discursivo valioso para el lector.

Los párrafos 3 y 4 son fragmentos de cartas escritas por los lectores. Vale la pena observar cómo los lectores cuestionan la parcialización de los medios y la propaganda frente a temas como la política de Seguridad Democrática del gobierno de Uribe (C3-p3), además de la actividad profesional sesgada en provecho de sus propios intereses (C3-p4). El texto continúa:

Los lectores preguntan además por las relaciones de los medios de comunicación con los partidos y el gobierno y cuestionan la independencia y la imparcialidad que deben garantizar las informaciones que transmiten a sus lectores, oyentes y televidentes (C3-p5).

En este campo, las críticas se refieren, por ejemplo, a los temas escogidos, a las fuentes seleccionadas, a la manera de titular, al espacio concedido, al despliegue que ganan unos asuntos en detrimento de otros considerados de mayor interés público, y a las preguntas formuladas en las entrevistas (C3-p6).

Los debates sobre la independencia y la imparcialidad de los medios de comunicación son permanentes. No obstante, cuando se acercan las campañas electorales sube el número y aumenta el volumen (C3-p7).

En este punto, cabe decir que aunque las acusaciones frente a los medios de comunicación que presentan los lectores están en plural, el hecho contundente

de que la envíen a este Defensor del Lector implica que son un cuestionamiento directo a *El colombiano*. De la misma manera, el Defensor elige los fragmentos de las cartas que hace públicos en su espacio, lo que le da preeminencia para seleccionar los que mejor se adaptan a sus propósitos. Esta forma de operar pone en ventaja al Defensor del Lector, que puede elegir los fragmentos más apropiados para sus propósitos discursivos.

Es así que el párrafo 5 parafrasea otro de los asuntos discutidos por los lectores. No muestra los fragmentos textuales de las cartas, sino que abrevia y lleva al plano de lo general preguntas que en contexto cuestionan los vínculos de ese medio con el gobierno, los intereses propios de *El Colombiano* y la actividad profesional sesgada en esta empresa informativa: “Los lectores preguntan además por las relaciones de los medios de comunicación con los partidos y el gobierno y cuestionan la independencia y la imparcialidad que deben garantizar las informaciones que transmiten a sus lectores, oyentes y televidentes” (C3-p5).

Los párrafos 5, 6 y 7 son una estrategia de desplazamiento que va de lo particular a lo general, hasta llegar a un plano abstracto donde puede responder con Máximas, basándose en los conceptos previamente definidos de independencia. El párrafo 8 dice:

La independencia es uno de los principios fundamentales del periodismo. En los países democráticos está consagrada en las constituciones y es respetada y defendida como uno de los pilares en que se fundan los valores institucionales y los derechos ciudadanos (C3-p8).

Los lectores no preguntan por el concepto de independencia de *El Colombiano*. Sabemos que previamente fue definido, de forma estratégica, como el deber de mantenerse a salvo de las presiones. Se pregunta, en cambio, por los intereses del periódico y su actividad profesional sesgada a favor del gobierno de turno.

Sin embargo, aquí se desplaza el asunto nodal, conduciéndolo al plano de lo abstracto e imponiendo el concepto construido tendenciosamente de independencia por encima de las acusaciones de los lectores. En este caso, recursos como la definición por interés y la narrativización de su punto de vista desplaza los cuestionamientos a tópicos más favorables.

En el concepto de independencia planteado en el discurso, *El Colombiano* se muestra a sí mismo como una víctima con un deber altivo. Ese perfil se refuerza en este párrafo apelando a elementos léxicos como “países democráticos”, “constituciones”, “es respetada y defendida”, enfatizando aún más en la estrategia de mitigación, que se estructura cuando se le quita cualquier tipo de responsabilidad a un actor determinado, por tratarse de **asuntos que nos afectan**, que se **salen de nuestro control** y en **donde somos víctimas**. Se cumple con

la estrategia general de presentación positiva propuesta por van Dijk (1996), al restar énfasis a **nuestras** malas acciones. La columna continúa con un exceso de citas textuales del *Manual de Estilo*:

“El pacto de EL COLOMBIANO con sus lectores, de informarlos verazmente, obliga al periódico a ser independiente. La independencia es una condición necesaria para llegar a la verdad. Y es una exigencia impuesta por el respeto debido al lector.”, reza el Manual de Estilo y Redacción (C3-p9).

Y agrega:

“EL COLOMBIANO se acoge al principio universal de la Libertad de Prensa y a la norma constitucional sobre el derecho a la información, como instrumentos que le permiten cumplir su función de entregar una información libre a la sociedad. Por tanto, rechaza toda práctica de censura” (C3-p10).

La primera proposición del párrafo 9, que dice: “El pacto de EL COLOMBIANO con sus lectores, de informarlos verazmente, obliga al periódico a ser independiente” (C3-p9), tiene una función nemotécnica en la medida en que pretende recordar al interlocutor la noción de pacto con el lector que es recurrente en su discurso y que ya se analizó. Con ello activa además el modelo mental concreto que se pretende construir desde el discurso del Defensor del Lector, que le asigna al lector una serie de actitudes, entre ellas el deber de credibilidad y el valor de la fidelidad.

La siguiente proposición tiene una función similar, pero esta vez activando el concepto de independencia, que se asocia más —en este discurso— con estar exento de presiones que a tocar el tema de los intereses del medio, lo que le recuerda al interlocutor que las presiones externas pueden transformar al periódico en una víctima y que la posible falta de independencia se debe a las presiones externas (fuera de su control) y no a sus intereses como institución mediática.

Luego del énfasis que el Defensor del Lector hace (mediante las citas textuales del *Manual*) en nociones que le son favorables porque activan ciertos modelos mentales en el interlocutor, refuerza el argumento de autoridad con la frase: “reza el Manual de Estilo y Redacción” (C3-p9).

Nótese cómo le da un carácter sacro a lo que acaba de decir. El verbo **rezar**, además de vincularse con lo religioso, le da un halo superior a lo que define el *Manual*. Está en un estatus diferente. Si utilizara la palabra **dice** o **consigna** sería otro el valor que le asigna a dicho *Manual*. Le da un alto grado de legitimidad, muy a propósito de la ideología conservadora, al *Manual de estilo* del diario. La columna termina citando el manual y con una breve conclusión:

“Nunca EL COLOMBIANO se ha formado el propósito de ser un incondicional del gobierno, como nunca fue órgano de oposición sistemática de los gobiernos liberales. Por temperamento tenemos alergia, cuando las afirmaciones son gratuitas, vejatorias, sin premisas en que esté contenido el vejamen, laudatorias, sin antecedentes que justifiquen la loa”. Fernando Gómez Martínez”, continúa el Manual de Estilo y Redacción (C3-p10).

Considero que estas guías éticas son señales que orientan el ejercicio profesional de los periodistas para no perder el camino de la independencia y la imparcialidad. Mantener la independencia es un reto diario... (C3-p11).

El párrafo 10 es interesante, pues posa de respuesta frente a uno de los cuestionamientos de los lectores. Sin embargo es un evasor, porque apela a premisas generales y abstractas sin detenerse a examinar piezas informativas precisas para confirmar tal afirmación. Además, tal cita es un falso argumento de autoridad en la medida en que Fernando Gómez Martínez fue un sujeto absolutamente vinculado al poder político y de gobierno.

En este caso el prestigio de la fuente citada es cuestionable. Fernando Gómez Martínez (director y dueño de *El Colombiano* por varias décadas) fue miembro del Partido Conservador, fue Gobernador de Antioquia, Representante a la Cámara, Senador, Ministro de Relaciones Exteriores y Embajador ante la Santa Sede y ante los Países Bajos.

En definitiva, no es la persona indicada para hablar de independencia e imparcialidad de los medios frente al poder político. Muchos de los cargos políticos que ha tenido (embajador y ministro) son designados por el gobierno central, lo que en Colombia se vuelve una cuota para pagar favores electorales y mantener unos actores constantes en el poder hegemónico. Con estos datos históricos, se vuelve una burla la cita de autoridad que se expone en la columna. Es una falacia de autoridad que además abre un cuestionamiento sobre el *Manual de Estilo* que tanto sirve de referencia bibliográfica al Defensor del Lector.

Conclusiones

La investigación analiza todas las columnas que conforman el *corpus* durante ese período de dos años y demuestra que el discurso del Defensor del Lector en el periódico *El Colombiano* centra su interés en la construcción de una representación social positiva de su medio frente a los lectores. El ejemplo expuesto en el presente artículo aporta elementos para tal conclusión. El constante énfasis a principios éticos y las estrategias discursivas encontradas en la columna de ejemplo son muestra de la valoración positiva que se teje desde dicho discurso para representar al medio.

El propósito fundamental del Defensor del Lector consiste en enfatizar y recalcar las cosas buenas que tienen que ver con el periódico y su grupo (los periodistas

y él mismo). Esto se hace mediante la referencia constante a valores socialmente compartidos que presentan de manera positiva todas las acciones de su grupo. La construcción discursiva de párrafos y proposiciones hace que se vinculen todos esos principios éticos con las cualidades del grupo que representa (*El Colombiano* y sus periodistas), describiendo en detalle los asuntos positivos grupales.

Cuando su propósito es generalizar, una de sus estrategias es abordar siempre con argumentos de autoridad las críticas hechas al medio. Cita un manual de estilo que habla desde el deber ser y muestra una imagen positiva del periódico. Recordemos que los argumentos de autoridad no tienen interés sino en la ausencia de prueba demostrativa. De la misma manera, las Máximas en valores funcionan muy bien para abstracciones, pero en el estudio de piezas informativas concretas, carecen de validez (Perelman, 1997).

El acuerdo tácito al que tanto se hace referencia en el discurso del Defensor del Lector, es un mecanismo para exigir al lector una fidelidad frente al medio y sus informaciones. En cualquier tipo de acuerdo se establece una suerte de intercambio. El análisis de discurso del Defensor del Lector en el periódico *El Colombiano* (2009-2010), logra demostrar que dicho acuerdo se convierte en un paralelo discursivo donde sale beneficiado el medio. El lector se convierte en un actor de buena fe que no cuestiona la transparencia de las informaciones, lo que lo convierte en un lector pasivo, que no hace exigencias al medio que le informa.

En acuerdo con ese lector pasivo que no duda de la transparencia de las informaciones que le ofrecen, el Defensor del Lector propone una representación idónea de los medios y en particular de *El Colombiano*. Este Estudio Crítico del Discurso demuestra que en todos los momentos discursivos donde se habla de la falta de imparcialidad e independencia se proyecta a los medios de comunicación como víctimas de presiones externas que se salen de su control.

El discurso del Defensor del Lector del periódico *El Colombiano* en ningún punto toca el asunto nodal de configurar las instituciones mediáticas como actores políticos e ideológicos con intereses diversos. Más bien se propone que estos pueden verse afectados por entidades externas. Con ello se construye discursivamente una representación de los medios como actores inmaculados, libres de manchas o intereses que actúan desinteresadamente por principios altivos de la sociedad (como la democracia).

Esta representación dista mucho de la realidad de *El Colombiano*. Aún más cuando sabemos que la defensa acérrima de proyectos como AIS (Agro Ingreso Seguro) en el periódico se debe a que Ana Mercedes Gómez, directora de *El Colombiano* hasta mediados de 2012, fue beneficiaria de uno de estos subsidios no reembolsables que defraudaron al Estado Colombiano (Coronell, 2010).

AIS fue un programa que permitió evidenciar la corrupción estructural de la administración de Álvaro Uribe, donde se usaron dineros públicos para beneficiar a varias familias pudientes del país.

Poner en evidencia los intereses del medio y de los dueños del periódico desacredita la calidad de los contenidos que ofrecen. Cobra gran importancia poseer entonces una instancia discursiva que otorgue credibilidad al periódico y sus productos. Este análisis demuestra que poseer una instancia que mejore la imagen del medio se vuelve una necesidad. El discurso del Defensor adquiere una función nemotécnica en la medida en que recuerda a los lectores, desde su discurso, todos los valores y principios socialmente aceptados que pretenden ser parte integrante del medio y que se enfatizan desde ese espacio de opinión mediante un discurso.

A una escala mayor la Defensoría es un mecanismo de *El Colombiano* para proyectar y crear una imagen de confianza sobre sus contenidos que el Defensor refuerza en cada una de sus columnas. Esta imagen no es producto de la calidad factual de las piezas informativas que publica el periódico, sino que es resultado de la tarea constante de énfasis que realiza el Defensor. Así, es el espacio discursivo dentro del periódico que recuerda la imagen de credibilidad que pretende proyectar el diario.

Referencias

- Caballero López, J. A. (2005). *Retórica del êthos (imagen de sí) en la oratoria de Práxedes Mateo-Sagasta*. Recuperado el 1 de Marzo de 2012, de <http://www.rhetorike.ubi.pt/01/pdf/caballero-retorica-del-ethos.pdf>
- Coronell, Daniel. (9 de enero de 2010). Una pregunta respetuosa. Recuperado el 25 de Febrero de 2012, Semana.com: <http://www.semana.com/opinion/articulo/una-pregunta-respetuosa/111738-3>
- Editorial. (3 de febrero de 2009a). Está configurándose una hecatombe. *El Colombiano*, pág. 2.
- Editorial El Colombiano. (13 de noviembre de 2009b). Zancadilla fallida. *El Colombiano*, pág. 2.
- Herrán, M. T. (11 de marzo de 2010). *El Colombiano y la mala leche*. Recuperado el 25 de febrero de 2012, de La silla vacía: www.lasillavacia.com/elblogueo/ojomedio/8040/el-colombiano-y-la-mala-leche

- Núñez, A. (2000). ¿Defensor de los lectores o del diario? *Estudios venezolanos de comunicación*, 32-39.
- Osorio Avendaño, C. (16 de febrero de 2011). *La transformación de la directora de El Colombiano*. Recuperado el 27 de enero de 2012, de La Silla Vacía: www.lasillavacia.com/historia/la-transformacion-de-la-directora-de-el-colombiano-21705
- Pardo Abril, N. (2004). *Ideología, representaciones sociales, modelos culturales y modelos mentales*. Bogotá: IECO.
- Pardo Abril, N. (2007). *Cómo hacer un análisis crítico de discurso*. Santiago de Chile: Frasis.
- Pardo Abril, N. (2011). Aproximación al estado del arte de los estudios críticos del discurso. En J. Ruiz Celis, *Aproximaciones interdisciplinarias al estado de los estudios del discurso* (págs. 19-50). Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Perelman, C. (1989). *Tratado de la argumentación. Nueva retórica*. Madrid: Gredos S.A.
- Perelman, C. (1997). *El imperio retórico*. Santafé de Bogotá: Norma.
- Rey, G. (marzo de 2003). *Sala de prensa*. Recuperado el 26 de febrero de 2012, de www.saladeprensa.org/art426.htm
- Salamanca Ávila, L. (2004). El Ombudsman: ¿Un profesional de cambio? *Revista latinoamericana de Comunicación Chasqui*, 58-63.
- van Dijk, T. (1996). Opiniones e ideologías en la prensa. *Voces y culturas*, 9-50.
- van Dijk, T. (2000b). *Ideología*. Barcelona: Gedisa.
- van Dijk, T. (2011). *Sociedad y discurso*. Barcelona: Gedisa.
- van Dijk, T. A. (2004). Discurso y Dominación. *Grandes conferencias Facultad de Ciencias Humanas*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- van Dijk, T. A. (2009). *Discurso y poder*. Barcelona: Gedisa.
- Yepes Bustamante, L. A. (2008). *Defensoría del Lector en tres periódicos colombianos, 1992-2007*. Medellín: Universidad de Antioquia.