

César Augusto Ayala Diago.

Exclusión, discriminación y abuso de poder en EL TIEMPO del Frente Nacional.

Bogotá: Editorial Universidad Nacional de Colombia, 2009. 364 páginas.

En su memorable ensayo sobre Karl Kraus, Walter Benjamin propone algunas reflexiones para observar las relaciones entre los medios de opinión y el poder político. Describe la condición crítica de Kraus frente la prensa en Viena y la batalla que, como escritor, mantendrá en su reconocida publicación: *La Antorcha (Die Fackel)*. “El odio con que persigue al linaje inabarcable y pululante de los de la prensa es, más que moral, vital, como el que sentiría un antepasado hacia el linaje de enanos degenerados procedente de su semilla”. En nuestro caso, la observación es generosa con el trabajo que César Ayala Diago ha desplegado en la investigación que aparece publicada con el título: *Exclusión, discriminación y abuso de poder en EL TIEMPO del Frente Nacional*. Su autor concibe esta obra vitalmente y, a diferencia de Kraus, sin odios.

[321]

Se destacan cuatro aspectos en la investigación: el lenguaje de la opinión pública; las preguntas centrales; la geografía social y política, y un argumento contra las convenciones.

Lenguaje de la opinión pública

Ya el nombre de *opinión pública* se convierte en un fastidio. Las opiniones son siempre privadas. Se repasa un acontecimiento o una acción política y cada uno busca darle su medida. Al público no le importan premisas, sino conclusiones. Puede ofrecérsele un juicio o no se le da nada. Sin embargo, lo que César Ayala nos muestra es que el poder de construir una noticia, escribir un editorial, una columna, o elaborar una caricatura se relaciona con un discurso homogéneo, un discurso orientado a reproducir el poder. Y de paso: excluir y discriminar a la oposición calificándola como comunista, bandolera o vendepatria. En esto consiste el término *abuso de poder* en *El Tiempo* del Frente Nacional. Lo que el autor subraya es que precisamente la prensa convirtió al público en incapaz al condicionar la información que le entregaba.

El título de esta obra: *Exclusión, discriminación y abuso de poder en EL TIEMPO del Frente Nacional*, conserva la fuerza de un acto de habla sostenido. La unidad que poseen las palabras relaciona condiciones que han sido dramáticas durante el período estudiado (1958-1974) y que pueden mostrarnos aspectos para explicar la maquinaria del poder político. La exclusión significa en este caso una acción deliberada de editorialistas, columnistas, reporteros y caricaturistas, para colocar un velo de ignorancia sobre las vergüenzas del Frente Nacional (FN). De modo que la información que obtiene el lector del diario solo distingue aquello que se reproduce en escala como *statu quo*.

El periódico que ha poseído la mayor hegemonía en materia de opinión pública se descubre en la presente investigación como copartícipe de una doc-

trina que ha predominado durante los años del Frente Nacional: no permitir que manifestaciones democráticas con identidad popular sean visibles. La palabra *exclusión* no significa una marginalidad consentida, sino aquella que puede construirse mediante un analfabetismo funcional generalizado, o como discurso. La práctica de la exclusión tiene efectos derivados vertical y horizontalmente: en el primer caso, cuando se penaliza toda conducta crítica del poder público; en el segundo, cuando se limita la libertad de expresión.

[322]

La palabra *discriminación* se refiere a una diferencia establecida entre los hechos políticos que acompañaron a la Alianza Nacional Popular (Anapo) y el Movimiento Revolucionario Liberal (MRL). En la fabricación de la noticia por los editorialistas y el equipo de *El Tiempo*, César Ayala observa una lógica de preferencia menos reticente con López y los emerrelistas, que con la Anapo y los rojistas. Mientras el Movimiento Revolucionario Liberal es concebido como una desviación apacible del liberalismo, a Rojas se le juzga de forma maniquea al lado de los comunistas y del sanguinario José María Lozano, *el Cóndor*. La discriminación del poder editorial extiende mecanismos de parentesco, analogías, metáforas y lugares comunes con la finalidad de profundizar en la maldad de quienes se opusieron al régimen.

Ciertas expresiones en política poseen más que información: “bandole-ro”, asociada con “guerrillero”, “comunista” y “quintacolumnista”, enlaza una estructura semántica cuyos efectos retóricos son contundentes: “comunistas”, “apátridas”. Como bien lo observa el autor citando a Austin: *con las palabras se hacen cosas*. Sobre un trasfondo como el empleado documentalmente por César Ayala Diago, la ideología forjada por el discurso editorialista de *El Tiempo* profundizaría un espíritu reaccionario que impediría manifestaciones contrarias, y colocaba a Rojas y al MRL como enemigos de la nación.

Esta forma deliberada de construir imágenes y discursos supone comprender también cómo operan a nivel básico las relaciones entre las palabras y el mundo, o entre las palabras y las representaciones del poder, i. e., cómo el lenguaje se convierte en una ideología y cómo las mentalidades derivadas pueden concentrar, en el caso del poder político, preferencias, estereotipos, prejuicios o persecuciones autoritarias mediante titulares. La demostración que hace el autor sobre estos aspectos es contundente. La opinión pública es con frecuencia un artificio elaborado con la intención de excluir y discriminar a quienes el gobierno y los medios consideran sus enemigos.

Preguntas centrales

Sin embargo, la mayor fuerza ilocucionaria se concentra en el núcleo problemático abordado por César Ayala Diago: ¿cómo explicar que el poder de la prensa haya consolidado una identidad pacifista del Frente Nacional?, o de otra manera, ¿cómo consigue el FN aceptar su maquinaria gracias a editores y columnistas de *El Tiempo*? Estas preguntas relacionan dos aspectos que introduce el análisis en

esta obra. El primero advierte que la información del periódico conforma un discurso de poder: actos de habla, fuerzas ilocucionarias, metáforas, alegorías, sátiras o caricaturas. Un discurso de poder que se hace proveedor de comunicaciones excluyentes y discriminatorias. *El Tiempo* se erige como el principal medio de expansión ideológica del Frente Nacional.

El segundo aspecto es propio de la tradición analítica empleada aquí por César Ayala: análisis del discurso, teoría crítica y actos de habla. Si la comunicación no consiste en la transmisión de información, establece estructuras de acción: amenaza, advertencia, promesa, sarcasmo, solidaridad o enemistad. En política, las palabras pueden transformar el pacifismo en violencia. La relación de fuerza del acto de habla puede cambiar en un discurso que se conduce como ideología. Precisamente, uno de los méritos del libro es la manera como su autor logra recomponer el tipo de discurso que elaboraba el FN gracias a la empresa llamada *El Tiempo*. De modo que una línea de argumentación editorial abusaba de un poder de opinión que hablaba a nombre de todos. Pero ¿quién le ha otorgado este derecho? Afirma el autor:

El Tiempo hizo uso, entonces, de un género discursivo consolidado en las maneras de comunicarse de los colombianos. Era como si todas las experiencias de la comunicación se hubiesen condensado en su práctica periodística. (...) *El Tiempo* ponía la pauta, trazaba las directrices para sus propios funcionarios, para la información y formación de sus lectores, para la reproducción de su discurso en sus pares de la misma Bogotá y de la provincia, para las emisiones de radio y, en fin, para las conversaciones cotidianas de la gente en la familia, en el trabajo, en sitios de esparcimiento en los mentideros políticos. (pp. 338-339)

La naturaleza de expansión e influencia de opinión de *El Tiempo* tiene su grano de mostaza. En una sociedad cerrada, como anotaba Karl Popper, liberales y conservadores encontraron que uno de los instrumentos de mayor legitimidad política era el medio de opinión impreso. Y entre una mayoría deseosa de información, el periódico lograba imponer distinciones entre preferencias y odios partidistas. La opinión editorial, la columna, la caricatura y la noticia diseñaban formas de conversar, controvertir o compartir el país del Frente Nacional. Nada podía contarse como real en la vida política si no aparecía divulgado en *El Tiempo*. Parodiando a Descartes, el político profesaba el siguiente principio: “aparezco, luego existo”.

Geografía social y política

He subrayado estas líneas por otro motivo. Los contenidos de este libro de César Ayala vinculan la difusión de información en las campañas con una geografía social relativamente diferenciada. Arriba, una clase política que proyecta su distancia con respecto a expresiones populares; abajo, una masa apabullante en busca de orientación ideológica; y en el intermedio, *El Tiempo*, forjando los corredores estratégicos del poder político. La descripción del autor es contun-

dente: durante el período del Frente Nacional, la opinión pública se condensó en una única opinión, diversificada polifónicamente por los demás medios en las ciudades capitales, municipios y poblaciones de Colombia.

La manera como informa *El Tiempo* sobre Rojas y la Anapo en la primera campaña electoral de 1962, la reiteración como estrategia del *régimen* de verdad, es impresionante. El profesor Ayala despliega una amplia documentación de archivos y recoge ilustraciones satíricas por defecto contra el perfil político de Rojas. El análisis editorial y las observaciones sobre los estereotipos llegan hasta extremos inconcebibles. La línea compuesta por titulares y contenido le permite al autor afirmar:

El Tiempo se expresa como si fuera más importante que el gobierno, es categórico, construye actos de habla imperativos. Sus quejas son órdenes. Se erige en fiscal moral de la nación, advierte lo que puede significar para Colombia el fenómeno Rojas si no se le hace caso a sus advertencias. (p. 152)

Con técnicas de análisis documental desde el discurso, Ayala consigue diferenciar la información de formas críticas en cada uno de los movimientos políticos. Contabilizando archivos e introduciendo muestras consecutivas de editoriales y columnas, el autor enseña cómo *El Tiempo* llegaría a transformarse en un dispositivo de poder en el sentido dado por Michael Foucault, articulado a los intereses del FN. Esta dimensión analítica contraría el lenguaje ornamentador con el que se ha pretendido representar el poder bipartidista.

Esta investigación reúne entonces aspectos de sociología y psicología del poder político. Describe la Colombia de las décadas de los sesenta y setenta. Una nación que estuvo dirigida por una clase política con temor a los cambios, con poca movilidad social y un escaso margen para aceptar los postulados de una democracia liberal moderna. Por las páginas del libro de Ayala marcha una sociedad con una élite encerrada consigo misma, católica, romana. Un pueblo en su mayoría sin oportunidades y una prensa de principios liberales, pero de prácticas conservadoras. Este doblez espiritual de la identidad nacional ha prevalecido hasta nuestro tiempo con efectos francamente lamentables.

Argumento contra las convenciones

Una lectura ornamentada presenta los principios del FN como una ideología pacifista y democrática, César Ayala demuestra que con la política editorial de *El Tiempo* el FN extendería una estrategia racional de exclusión y discriminación social y política. Usando las categorías de disociación extrema de Carl Schmitt, el autor interpreta la información sobre las campañas electorales de 1962 en términos de conflicto; algo distante al pacifismo declarado por versiones afirmativas del FN. Sin embargo, los conflictos se proyectan violentamente afectando a las masas, sin tocar ni superficialmente a las clases dirigentes.

[324]

Poder político y lenguaje informativo conforman una unidad que obra en beneficio de mantener las condiciones sociales en su sitio. César Ayala consigue demostrar un argumento contraevidente a la histórica convencional: las coaliciones entre la Iglesia católica, el Partido Liberal y el Partido Conservador, durante el período del FN, llegaron a constituir una unidad de doctrina atrasada tan compacta, que ideológicamente no existían diferencias fundamentales entre sus objetivos. La aplicación intimidatoria del régimen bipartidista lograba encubrirse mediante una ornamentación en el lenguaje democrático, todo gracias a los favores de *El Tiempo*.

[325]

Una de los problemas sugeridos reiteradamente, capítulo por capítulo, nos impone valorar en su conjunto la naturaleza de los medios y su papel frente a acontecimientos políticos que configuran un cambio social. Pregunta: durante el período del FN, ¿fue el periódico *El Tiempo* un mensajero? Respuesta: no. La empresa editorial en su conjunto fue un acontecimiento. ¿Fue el periódico un discurso? Respuesta: no. Fue la vida de la nación. Esta obra de César Ayala demuestra que *El Tiempo* no solo planteaba la exigencia de que el verdadero acontecimiento lo constituyeran sus noticias, sino que provocaba también esa siniestra identidad por la cual, en apariencia, se informa de los hechos antes que se hagan realidad.

A menudo, los editoriales o las caricaturas podían aparecer dando señales de peligro sobre el comunismo, o empleaban el carácter metonímico para caracterizar a Rojas como un pájaro, al lado de *el Cóndor*, José María Lozano. Antes de que los reporteros de la noticia política estuviesen en los lugares donde se producía, los políticos se convertían en reporteros de *El Tiempo*. La prensa en Colombia durante el FN no fue servidora del poder, era el poder. De mensajero del acontecimiento político, *El Tiempo* se convertirá en el *acontecimiento*. Esta obra consigue señalar que, de instrumento del poder político, la empresa editorial de *El Tiempo* pasaría a convertirse en el mismo poder político.

La metáfora usada por Karl Kraus no puede ser más puntillosa:

Hemos colocado al hombre, que debe comunicar la existencia de un incendio y que debería jugar el papel más subalterno dentro del Estado, por encima del mundo, del incendio, de la casa, de los hechos y de nuestra imaginación.

FERNANDO ESTRADA GALLEGÓ

Universidad Externado de Colombia, Bogotá

persuacion@gmail.com