

(612)
0369.25
Smms



POLITICAS DE COMUNICACION:
EL CASO DE CHILE

ción

CENECA

mujer
ido (d
futuro

T

Otras publicaciones CENECA sobre teatro

- Chile del 60 al 70, visto desde su dramaturgia (M. L. Hurtado)
- Desarrollo de expresión teatral poblacional (C. Ochsenius)

Algunas Publicaciones en otras áreas

Música

- La nueva Canción en América Latina (Eduardo Carrasco)
- Transformaciones de la Industria Musical en Chile (Anny Rivera)

Literatura

- Literatura, lenguaje y sociedad (1973 - 83) (Raúl Zurita)

Comunicaciones

- La investigación en comunicación social en Chile (Giselle Munizaga y Anny Rivera)

Solicitar catálogo con lista completa de publicaciones (Cine, Literatura, Música, Plástica, Teatro, Sistema cultural, Prensa, Radio, Televisión, Sistema de comunicaciones) a Santa Beatriz 160, Fono: 43772 - Santiago - Chile.

CENECA (Centro de Indagación y Expresión Cultural y Artística) es una Corporación Privada sin fines de lucro que desde 1977 se dedica a la investigación y capacitación, contribuyendo así al conocimiento y desarrollo de la cultura nacional.



INDICE

POLITICAS DE COMUNICACION BAJO REGIMENES AUTORITARIOS: EL CASO DE CHILE

GISELLE MUNIZAGA

Primera Edición - 1981

Segunda Edición - 1983

Tercera Edición - 1984

SAN TIAGO-CHILE

DOCUMENTO DE TRABAJO
CIRCULACION RESTRINGIDA



I N D I C E

	<u>Página</u>
1. JUEGO POLITICO Y ESPACIOS DE COMUNICACION	1
2. EL REGIMEN AUTORITARIO Y EL ESTRECHAMIENTO DEL AMBITO COMUNICATIVO.	2
2.1. La tarea de anordazamiento	5
2.2. La tarea de vigilancia	6
3. LAS TRANSFORMACIONES SOCIALES GLOBALES	11
3.1. La desarticulación de la vertiente política del discurso social	13
3.2. Los nuevos contenidos	15
3.3. Los cambios en la estructura de recepción	21
4. LA POLITICA COMUNICACIONAL DEL REGIMEN AUTORITARIO.	24
4.1. Una imagen liberal	25
4.1.1. Los discursos del General	27
4.1.2. Las disposiciones constitucionales	30
4.2. Las políticas gubernamentales	34
4.2.1. Objetivos y lineamientos	35
4.2.2. La red de medios gubernamentales	38
4.3. Las políticas comunicacionales del sector privado	40
4.3.1. Los grupos económicos emergentes	41
4.3.2. Los grupos políticos-ideológicos	42
4.3.3. Los grupos vinculados a las comunicaciones	44
4.3.4. Conclusión	46
5. LOS MEDIOS NO-OFICIALES	46
5.1. Los macro-medios	47
5.2. Los micro-medios	49
5.3. El problema de la alternatividad	50

1. JUEGO POLITICO Y ESPACIOS DE COMUNICACION

En Chile, la existencia de un Estado que basaba su equilibrio en la negociación de intereses diversos y que permitía la participación sociopolítica de grupos emergentes, obligando a redefinir constantemente un consenso dinámico y precario, garantizó durante largos años la participación y representación de diferentes sectores sociales en el sistema de comunicación masiva.

La explicación tiene que ver con los requisitos de funcionamiento de ese tipo de Estado, que había surgido como consecuencia de la estructuración histórica de las clases. Ese Estado necesitaba de la constitución de un espacio de debate público, sobre temas políticos y sociales de interés general. Algunos de los mecanismos de construcción del consenso social se basaban en la existencia de un ámbito discursivo "abierto", en el cual se expresaran las demandas y reivindicaciones de los diferentes sectores y se dieran a conocer sus capacidades de apelación. El sistema comunicacional amplio y diversificado jugaba un papel en la reproducción social, operaba como un panel de señales que servía para leer la "temperatura social" y para descifrar el juego de fuerzas, permitiendo diagnosticar los ajustes necesarios.

Por ello, el sistema comunicacional permitía que tuvieran la oportunidad de expresarse diferentes grupos de opinión (1). Aunque el control director de la emisión estaba restringida para importantes sectores de la sociedad chilena y su control radicaba en las clases dominantes (2), el juego político que permitía el Estado determinaba, en gran medida, el contenido comunicativo: esos medios no podían ser la expresión directa de los intereses económicos y políticos de sus dueños y debían "abrirse", justamente para jugar los papeles de articulación que requería la construcción del consenso social.

(1) En tiempo del gobierno de Frei se le otorgó por ley un espacio radial a los diferentes partidos, incluidos los de Izquierda, para difundir sus opiniones durante las campañas electorales. La legislación televisiva, dictada a finales del gobierno demócrata-cristiano, también contemplaba disposiciones en ese sentido.

(2) Los principales diarios y radios han estado tradicionalmente en manos de grupos económicos. Aún antes de 1973 existían dos grandes empresas periodísticas nacionales (El Mercurio y Sope sur) que publicaban los diarios más importantes que se editaban a lo largo del país. Asimismo las principales radios estaban controladas por consorcios mineros (la cadena de Radio Minería), agrícolas (la cadena de Radio Agricultura) y financieros (la cadena de Radio Cooperativa). La izquierda solamente tuvo acceso a la propiedad radial durante la Unidad Popular.

Un ejemplo claro de la situación descrita lo ofrece la televisión, que por sus características comunicacionales es el medio con mayor capacidad de penetración social. Desde sus inicios en Chile, durante el gobierno derechista de Alessandri, le fue definida una función cultural, lo que hizo necesario reservar su manejo a las Universidades. Se impidió el acceso del sector privado a la propiedad y al control de la Televisión, con lo que este medio se convirtió en otra arena de lucha de las diferentes fuerzas políticas representadas en el Estado, los cuales pugnan porque en su interior se diera una representación relativamente plural de tendencias y enfoques.

Desde el punto de vista normativo los medios de comunicación enfrentaban una situación dual. Gozaban de una amplia libertad formal, garantizada por la Constitución, por otra parte estaban sometidos a un conjunto de disposiciones legales que le otorgaban al gobierno una capacidad potencial de control y restricción (3). Pero, en realidad, mucho más que a este orden normativo, los medios de comunicación están sometidos a un ordenamiento fáctico, originado por las dinámicas sociales generales. Los distintos grupos tenían mayor o menor libertad

(3) Disposiciones contenidas en la Ley de Seguridad Interior del Estado, normas respecto a la concesión de ondas, disposiciones de control de espacios y contenidos radiales, etc.

y amplitud de participación según fueran sus capacidades de organización y presión y según los equilibrios políticos.

Destruído este Estado de compromiso se pierde el espacio que tenían los medios de comunicación. En Chile las transformaciones experimentadas en ese terreno han sido decisivas.

2. EL REGIMEN AUTORITARIO Y EL ESTRECHAMIENTO DEL AMBITO COMUNICATIVO.

Para captar las modificaciones que han ocurrido en el sistema de comunicación chileno en estos últimos años hay que señalar una doble dimensión: uno, las modificaciones que han sufrido el aparato de comunicación; dos, los cambios operados en la sociedad global. Hay que observar cómo unos repercuten en los otros, transformando el ámbito discursivo general. Este ejercicio nos permite comprender el carácter revolucionario del nuevo régimen, por lo cual hay que ver conjuntamente los aspectos represivos y los aspectos "constructivos", normativos y factuales, de las políticas implementadas. Con esto se evita definir la situación en el terreno de las comunicaciones como un puro problema de castigo y silenciamiento.

¿Cuáles son los hechos que durante estos últimos siete años y medio han tenido la capacidad de modificar la operación del aparato de comunicación masivo?

2.1. La tarea de amordazamiento.

En primer lugar se puede señalar un estrechamiento de la diversidad del sistema comunicativo. El amplio espectro de grupos sociales que operaban en él, haciéndolo durante el período de auge democratizador un efectivo espacio de expresión, se restringió drásticamente.

En 1973, al dictarse el decreto de disolución de los partidos marxistas, se disolvieron también todas las empresas o sociedades que directa o indirectamente pertenecían a estos partidos o eran dirigidas por militantes. Con esta disposición los medios de comunicación de Izquierda pasaron a pertenecer, en su gran mayoría, al Estado (4).

(4) Se expropiaron 40 radioemisoras adquiridas la mayor parte entre 1970 y 1973 por partidos o simpatizantes de Izquierda. En 1974 se creó con ellas la Radio Nacional, a cargo entonces del Director de Información del Gobierno, con un representante por rama de la defensa nacional. Por primera vez se crea una radio gubernamental, la cual posee una de las más extensas redes de emisión. También se expropiaron las empresas periodísticas pertenecientes a la Izquierda, desapareciendo así diarios tan importantes como El Siglo (Partido Comunista), La Última Hora (Partido Socialista), Clarín o Puro Chile.

No solamente un sector muy importante de la sociedad quedó privado del acceso a la propiedad o al control de medios de comunicación. Ese sector también quedó impedido de expresarse de cualquier forma en los medios que siguieron subsistiendo o se fueron creando (5). Se prohibió informar sobre la existencia de ese sector, el cual solamente aparecía señalando como enemigo de la patria o cáncer de la sociedad o como causante del caos y del aniquilamiento de los valores de la chilenidad. Durante la mayor parte de estos años ese sector fue silenciado absolutamente o significado como pura negatividad.

2.2. La tarea de vigilancia

En segundo lugar, el aparato de comunicaciones ha sido sometido a un control permanente, legalizado mediante la mantención arbitraria durante siete años y medio de normas de emergencia.

Se opera un control férreo sobre la información, usando la anti-

gua ley de Seguridad Interior del Estado, aplicada con gran am-

(5) Un ejemplo indicativo: en la televisión se confeccionan listas negras de actores, locutores, cantantes que habían estado involucrados con la UP. Se intenta que desaparezcan todas las formas comunicativas que, aunque fuera tenuemente, podían ayudar a rescatar el pasado.

plitud, contando para ello con la complicidad de los jueces y utilizando el monopolio de la potestad legislativa para dictar nuevas disposiciones (6). Esta ampliación del potencial represivo legalizado fue utilizado sistemáticamente para provocar un estrechamiento del sistema comunicacional. Señalaré los ejemplos más significativos de cómo el ojo vigilante del gobierno controla la información, evitando que se publique aquello que no quiere que se conozca o castigando a los medios que sobrepasan los límites de tolerancia, que son -por otra parte- tácitos y cambiantes.

En 1975 fue clausurada por diez días la Radio Balmaceda y fue suspendida por tiempo indefinido la revista demócrata-cristiana Política y Espíritu.

En marzo de 1976 fue nuevamente clausurada por seis días la Radio Balmaceda y fue requisada una edición de la Revista Er -

- (6) En 1972 se modificó la Ley de abusos de publicidad, confiriéndose a la fuerza pública en caso de delito flagrante la facultad de recoger sin más trámites la publicación que ha cometido ultraje contra las buenas costumbres. En 1976 se dictó un decreto-ley que facultaba al jefe militar encargado de la zona en estado de emergencia para suspender hasta por seis ediciones a cualquier medio de comunicación. Los motivos que pueden aducirse son desfigurar la verdad, crear alarma pública o disgusto generalizado o contrariar la institucionalidad vigente. De esta manera una facultad que estaba radicada en los tribunales fue traspasada a la autoridad política.

cilla. En junio de ese mismo año se prohibió, mediante bando del jefe de la zona en estado de emergencia, toda información respecto a la presentación de algunos abogados en la Asamblea General de la CEA celebrada por entonces en Santiago. En ella se discutía la situación de los derechos humanos en el país anfitrión. Ese mismo mes fue clausurado el diario La Tercera, el cual no salió a circulación dos días después de terminada la medida por encontrarse sometido a censura previa. En julio se dictó el bando N° 100 que prohibía publicar noticias o comentarios en relación con la expulsión de Chile de dos importantes abogados. Ese bando fue dejado sin efecto a los pocos días como consecuencia de la movilización de la Asociación de Radiodifusores (ARCHI) y del Colegio de Periodistas.

En enero de 1977 fue clausurada definitivamente la Radio Balnaceda, modificándose el Acta Constitucional N° 3 recientemente dictada para evitar que el medio recurriera al recurso de protección.

En marzo de 1977 se dictó el bando N° 107, en el cual se dispone que la fundación, edición, circulación y comercialización o distribución en cualquier forma de nuevos diarios, revistas, periódicos, libros o impresos deberían contar con la autorización de

la jefatura de la zona en estado de emergencia.

Esa disposición ha sido desde entonces el eje del sistema de control y vigilancia informativa, por cuanto sólo permite una ampliación selectiva del sistema comunicacional. En diciembre del mismo año, se denegó el permiso de onda para ocho emisoras de la cadena de Cooperativa, con lo cual se afectó gravemente la audiencia nacional.

En los primeros meses de 1978 fue prohibida la difusión de noticias relacionadas con la relegación de algunos dirigentes políticos y sindicales. A mediados de año se prohibió la circulación por dos ediciones del periódico oficialista La Segunda.

En 1979 se suspendió por dos meses la revista opositora Hoy y se requisó una edición de la revista Vea. Asimismo se impidió mediante el bando 122(7) la circulación de varios libros y se impidió la publicación de noticias sobre algunos hechos que habían

creado expectación pública, como el confuso secuestro de un niño

(7) Después de su publicación el bando 107 fue levemente modificado, sin cambiar las atribuciones esenciales y pasó a numerarse como bando 122.

o la falsificación de pasaportes de deportistas juveniles.

En mayo de 1980 se deniega el permiso de circulación para una nueva revista magazinesca que pretendía editar la sociedad propietaria de la revista Hoy. También se niega el permiso de circulación para una nueva revista femenina (8).

Además de las medidas directas de clausura, suspensión, requisición o censura, la represión informativa se reproduce por el desa-

rrrollo de un clima que favorece la autocensura. Contribuyen a ese

clima tanto los ejecutivos que no quieren exponerse a medidas de

control directo como los trabajadores que no quieren poner en pe-

ligro su fuente de trabajo (9).

Los medios y los organismos gremiales o empresariales mantie-

nen una actitud ambigua frente a la vigilancia gubernamental. De-

fienden en abstracto las libertades informativas, pero con una to-

lerancia que no le hubieran permitido a ningún gobierno(10).

(8) Se trata de Cándida que iba a ser publicada por Edmundo Pérez Y., empresario de la construcción, de filiación demócrata-cristiana.

(9) Ejemplo de lo anterior son los conflictos ocurridos en Radio Balma-
ceda. Los trabajadores radiales veían con malos ojos a los periodis-
tas del departamento de prensa, que con su actividad ponían en peli-
gro la continuidad de la emisora.

(10) En el período 70-73 los medios de comunicación, la Archi, la Asocia-
ción de Prensa y el Colegio de Periodistas realizan una sostenida y
sistemática campaña de defensa de la libertad de prensa, campaña
que no podía aducir ninguna violación concreta. Su carácter era pre-
ventivo y estaba destinado a socializar la necesidad de la libertad
informativa.

Por ejemplo, en 1975 el presidente del Colegio de Periodistas afirmaba que la autocensura había permitido la normalización de la libertad de prensa. En 1980 el presidente de la Asociación Nacional de Prensa decía, en el momento mismo en que protestaba por la vigencia del bando 122 y por la utilización del artículo 24 de la ley de Seguridad Interior, que esas medidas oscurecían una libertad de "expresión" que había ido "evolucionando positivamente en los años recientes de la vida nacional". Más adelante agregaba que las situaciones planteadas seguramente llegarían a un resultado positivo "para el bien de la prensa y del país en general".

En suma, la vigilancia del gobierno sobre el sistema comunicacional se apoya en el clima de amedrentamiento y temor creado y también en la actitud tolerante, cuando no cómplice, de los medios existentes y de los organismos profesionales.

3. LAS TRANSFORMACIONES SOCIALES GLOBALES.

Este trabajo se organiza en torno de la tesis que no es el amordazamiento de un vasto sector de la sociedad chilena y la vigilancia de los medios que siguen operando en el sistema comunicacional lo que ha afectado con mayor profundidad la estructura del sistema informativo. Le concede -

mos más significación explicativa a situaciones que no están directamente conectadas con el carácter represivo del régimen autoritario.

En el marco de este trabajo no corresponde analizar con detenimiento las características del régimen dictatorial que se instaura. Pero para entender muchos de los procesos que tienen lugar y, por supuesto, también modificaciones del sistema y de los circuitos de la comunicación de masas, es fundamental recalcar su carácter revolucionario (11). A través del gobierno militar se realiza el proyecto histórico que las clases dominantes no habían podido llevar a cabo. La profunda crisis del período 70-73 le permite a la burguesía chilena, que es una nueva burguesía (12), corregir sus rumbos políticos y realizar una drástica reorientación del desarrollo capitalista, reemplazando el esquema de capitalismo del Estado por una economía liberal de mercado con carácter transnacionalizante. Va surgiendo una sociedad en que las dinámicas de movilización y participación colectiva son desplazadas por formas privatizantes, que incen-

- (11) Aunque sigue siendo disputada, esta caracterización del régimen como revolución burguesa está relativamente divulgada entre los analistas. Ha sido usada por T. Moulián y P. Vergara, Estado, ideología y evolución de las políticas económicas, en Estudios CIEPLAN, 3, 1980; posteriormente por M. A. Garretón, Procesos políticos en un régimen autoritario, Documentos de trabajo FLACSC, 1980. La disputa se centra en el éxito modernizador del proyecto. Algunos autores ponen de relieve el carácter defensivo de estos regímenes autoritarios.
- (12) Debe hablarse de nueva burguesía porque ésta se reorganiza en el período 73-80, ella no está preconstituída.

tivan las estrategias de inserción individual y no los esfuerzos de cooperación y organización; una sociedad donde el Estado ve reducidas sus funciones, convertido más en un instrumento garante del orden social que en un espacio común de lucha, negociación y representación.

Estos aspectos fundacionales que introduce el nuevo régimen han supuesto transformaciones culturales profundas, como resultantes de los cambios del ámbito económico y del espacio político de la sociedad. La transformación del campo político tiene amplias repercusiones en los modos de funcionamiento de los aparatos de comunicación.

3.1. La desarticulación de la vertiente política del discurso social.

Al reestructurarse el ámbito político tradicionalmente existente e interrumpirse el diálogo entre Estado y sociedad realizado por los partidos y la vasta red de organizaciones que se expresaban por su intermedio, se interrumpe una de las vertientes de democratización del sistema comunicacional. La "abertura" y diversidad de ese sistema estaba profundamente conectada con el tipo de Estado y con el hecho que en él se reflejara el juego de la negociación. Roto ese diálogo los medios de comunicación ya no pueden alimentarse del discurso social que iba brotando de los comple-

las acciones directamente represivas.

...jos procesos de negociación interclases; discurso en el cual (de alguna manera) se expresaba el conjunto de la sociedad. De esa conflictiva y laboriosa búsqueda del consenso social se alimentaba la comunicación masiva; jugando papeles importantes en la integración y participación social.

En el nuevo régimen autoritario los medios de comunicación solamente pueden recoger el monólogo que brota del Estado y que se ofrece a los chilenos como proyecto nacional indiscutible e inmodificable. La función de los medios oficialistas es explicar la racionalidad técnica de las medidas, lógica que las haría incontestables y mantener viva la memoria traumática del pasado, para en función de ella intentar legitimar el nuevo orden; así expresan el punto de consenso hacia el cual siempre convergen las diferentes tendencias que apoyan al régimen. Los medios no oficialistas tratan de ofrecer una crítica, buscando las trampas al interior de la lógica ofrecida o deslegitimando las medidas del régimen en base a los criterios prevaletientes en el pasado.

Al dejar de ser la política una actividad de mediación de intereses sociales y al quebrarse la lógica de la representación también se desdibujan una serie de sujetos sociales que encontraban su definición social en la arena política. Esto tiene como consecuencia que el discurso de los medios de comunicación, aún de los no oficialistas, no puede construirse en base a un sujeto político ya constituido, como ocurría en el pasado. Ese discurso, en sus intentos de interpelación, se enfrenta a la inasible realidad de una sociedad políticamente amorfa.

3.2. Los nuevos contenidos.

La inexistencia de un discurso político abierto, que convoque e interese a la comunidad nacional, crea un vacío de material comunicativo, puesto que los medios de comunicación se alimentan de las diferentes hablas que constituyen el ámbito cultural discursivo. En sentido estricto ellos no inventan el material, lo recogen para elaborarlos. La desarticulación de los sujetos políticos que constituían sujetos de representación social y, por lo tanto, el silenciamiento de muchas hablas que no encuentran sujetos parlantes que las creen, produce una transformación en el sistema de comunicación mucho más profunda que la provocada por las acciones directamente represivas.

La carencia de un material comunicativo producido por la práctica de sujetos sociales viene a ser llenada por otros contenidos que emanan del mercado, contenidos que son funcionales para el modelo económico. La economía que se organiza requiere de una acelerada y permanente dinamización del mercado, para lo cual es necesario incentivar a la población, despertando en una amplia gama de sectores el ansia del consumo. Se busca que la mayor cantidad de individuos definan sus estrategias de vida en función del consumo, buscando para ello integrarse al sistema, para poder satisfacer el deseo internalizado de nuevos productos.

En este esquema la publicidad se convierte en una herramienta cada vez más importante, puesto que no solamente opera como mecanismo de competencia entre diferentes empresas, también actúa como un elemento de integración social, en una sociedad que se estructura sobre la base de categorías sociales más que de sujetos sociales.

Es en la publicidad donde los medios de comunicación descubren una nueva fuente de discurso social, con el cual alimentar su causal comunicativo, además de su financiamiento. A través de la publicidad se constituyen una gran cantidad de pseudos sujetos sociales.

Las ciencias socialmente reactivas.

ciales, definidos exclusivamente por sus modos de consumo; pseudo-
 do sujetos que son susceptibles de ser interpelados y representa-
 dos. Los modos de consumo (y las formas de vida que implican)
 constituyen ahora las formas privilegiadas de diferenciación so-
 cial.

Para un receptor que se ve a sí mismo con escasa posibilidad de
 influencia pública, la comunicación política deja de tener la im-
 portancia que se le asignaba en el pasado. Al contrario, para un
 receptor que se ve a sí mismo como un consumidor real o poten-
 cial y que define el consumo como un acto de elección entre posi-
 bilidades y alternativas diversas, la información publicitaria se
 convierte en un dato indispensable.

Los contenidos publicitarios que se incorporan en la comunicación
 social están necesariamente acompañados del "divertimento", pues-
 to que es necesario atraer a los receptores, hacer que se expongan
 a la mayor cantidad de medios durante el mayor tiempo posible; es
 indispensable entretenerlos. El "divertimento" es uno de los re-

curso de la educación del receptor. (15)
 El análisis de los medios existentes hoy día revela el creciente de-
 sarrollo de los contenidos recreativos. En la prensa se multipli -

can los suplementos. La mayoría de los periódicos incluye uno cada día (13), lo que les otorga un tono magazinesco. Las radios (a cada vez se tornan más musicales y en la televisión predominan las telenovelas) combinadas con los shows musicales. Este tipo de contenidos que cubren casi todas las horas de transmisión de la televisión son en su mayoría comprados a las industrias transnacionales de comunicación; cuando se producen en Chile se siguen modelos extranjeros. Por lo tanto, en el medio con mayor capacidad de penetración social no existe casi ninguna posibilidad de expresión de una cultura nacional.

La competencia entre los diferentes medios para atraer a los receptores se realiza al interior de este universo discursivo, el cual no surge ni se crea en el ámbito de la práctica productiva o social de los sujetos ni puede expresar --por lo tanto-- los conflictos e intereses de los grupos organizados o amordazados de la sociedad. El discurso se construye preferentemente recogien-

- (13) Por ejemplo "Sólo para hombres", "Femenino" o "Para el hogar", "Suplemento deportivo", "Información económica", suplementos educativos ("Icarito"), de comics, suplementos magazinescos ("Buen Domingo" y "Revista del Domingo").

do el "habla" de ese ente abstracto que es el mercado, prácticamente el único sujeto parlante reconocido y escuchado. El mercado impone sus propias reglas y modalidades al proceso comunicacional. No solamente se busca ofrecerle al individuo particular los contenidos más atractivos de la manera más económica, al mismo tiempo se les ofrece a los chilenos un conjunto de nuevos signos y significados que proporcionan nuevos interpretantes, en base a los cuales dar sentido a la realidad y construir modelos de comportamiento cotidiano. Así se van codificando las formas de recrearse, de vestirse, de decorar el hogar; se estipulan los "saberes" (generalmente preferidos al mundo del deporte y de la moda) que es necesario dominar para integrarse en los estratos sociales más altos.

El discurso que brota del mercado se torna dominante en los contenidos de la comunicación masiva, porque ella constituye un instrumento necesario de operación del mercado, una mediación indispensable para los intercambios. Realiza las funciones de la plaza o de la feria, donde la interconexión física es reemplazada por la interconexión discursiva. Los datos básicos (qué se ofrece, quién lo ofrece, a cuánto se ofrece) se tornan conocidos.

La información del mercado no solamente enseña a los individuos cómo comportarse en el juego de la oferta y la demanda, también constituye una forma de disciplinamiento. Interpela a los sujetos como individuos en competencia, trazándoles proyectos de vida donde los logros colectivos están ausentes; donde el "nosotros" se constituye por la adhesión a ciertas pautas pre-establecidas y no por la elaboración compartida de metas y medios. Los sujetos se reconocen en los logros individualmente conseguidos y no en la realización colectiva.

En síntesis, como consecuencia de la instauración de un Estado autoritario, los aparatos de comunicación masiva enfrentan un estrechamiento del ámbito comunicativo, el cual tiene una doble faz, represiva y factual. El estrechamiento represivo es la consecuencia de la exclusión de un sector de la sociedad y de la permanente vigilancia de la información. El estrechamiento factual es producido por transformaciones en el ámbito comunicativo de la sociedad, producto de la desarticulación del diálogo político y de un nuevo proyecto de desarrollo capitalista. En ese proyecto el mercado ocupa un papel central, no solamente en el plano económico sino también en el ordenamiento general de la sociedad.

3.3. Los cambios en la estructura de recepción.

El nuevo modelo económico, junto con producir un cambio en los contenidos, ha producido transformaciones en la estructura de recepción del sistema de comunicación masivo. La política de comercio exterior, dentro de ella especialmente la drástica rebaja de los aranceles que protegían a la industria nacional, ha provocado un auge de las importaciones.

El mercado está siendo invadido por una enorme variedad de artículos electrónicos de las más diversas calidades y precios. Con esto la televisión y la radio-cassette se pusieron al alcance de una mayoría, incluso de los sectores más pobres. Esos sectores, aún a costa de grandes sacrificios, compran esos aparatos, estimulados por los créditos de consumo. Otro de los factores estimulantes es que la imagen y la música se han convertido en el recurso más barato para romper el cerco de sacrificio y desesperanza de la pobreza. A través de la entretención proporcionada por los medios de comunicación se accede al mundo "amable".

La compra masiva de aparatos televisivos, provocada por la baja de los precios y la oferta abundante de marcas muy variadas, proporciona a la televisión un abanico de recepción muy amplio, com-

puesto por personas de todos los estratos sociales. Nunca como ahora un conjunto tan importante de la población había estado al alcance de los contenidos comunicativos. Así el modelo económico, al aumentar el número de aparatos, aumentando con ello la cantidad de receptores potenciales, modifica la estructura de recepción. A su vez, los cambios en esa estructura afectan las estructuras de emisión.

Esto es muy drástico en la radio y en la prensa y un poco más opaco en la televisión. En esta última ha aumentado enormemente el contenido publicitario, lo que a su vez genera una gran dependencia del medio respecto de los avisadores. Pero los cambios en los contenidos han sido especialmente cuantitativos: mayor cantidad de programas musicales o de entretenimiento, por ejemplo grandes shows de alto costo, reducción de los programas culturales o periodísticos. En el caso de la radio los cambios han sido más importantes. La llegada de aparatos muy sofisticados ha aumentado la importancia de las estaciones FM, quienes transmiten casi únicamente programas de música popular. La tradicional emisora AM, con una programación muy variada, formada por programas periodísticos, culturales, radioteatros y programas musicales, corre el peligro de ser desplazada por las emisoras FM. Para e-

Evitar eso, las radios AM han cambiado la estructura de su programación.

La política económica, y los efectos de ella en la estructura de recepción, han tenido mayor influencia en el caso de los medios escritos. La recesión económica inicial, la alta cesantía y la pauperización de ciertos sectores produjeron una contracción de la demanda de diarios y especialmente de revistas. Aquellos que compraban varios medios escritos, hoy se han reducido a solo uno; algunos que compraban todos los días han pasado a comprar una vez por semana y otros han dejado de comprar absolutamente.

Los diarios compiten por este mercado reducido ofreciendo una diversificación de los contenidos y tratando de atenuar la rápida perecibilidad de la información de actualidad. Para ello han aumentado el número de suplementos, magazinescos. Ese sistema les permite "salvar" el cuerpo central del diario. En otros casos, como las Últimas Noticias, lo que se ha hecho es transformar el conjunto del diario, para adecuarlo a lo que se supone que es el gusto popular.

Como se observa, las transformaciones producidas por la política económica afectan los contenidos y la estructura de recepción, de formas muy profundas, diversas y entrelazadas.

4. LA POLÍTICA COMUNICACIONAL DEL RÉGIMEN AUTORITARIO.

Constituye un error pensar que el régimen tiene frente al problema de las comunicaciones una política puramente defensiva, limitándose a actuar como un gendarme que prohíbe la circulación de ciertos contenidos o como ojo vigilante que castiga los excesos. Tampoco se limita a es- perar pacientemente el efecto cultural de largo plazo que deberán tener las transformaciones llevadas a cabo en el Estado o la economía, las cuales a la larga deberían ir generando nuevas producciones comunicativas.

Al contrario, el régimen autoritario tiene una política comunicacional activa. Ella no se lleva a cabo en las formas tradicionales, a través de campañas de propaganda oficial abiertas y explícitas, generadas desde el gobierno. En ese sentido, las políticas comunicacionales del régimen autoritario chileno se diferencian de los ejemplos clásicos de Estado capitalista de excepción, el fascismo italiano o alemán. En ellos, el elemento central de la política de comunicaciones era la propaganda oficial. En el caso chileno opera un sistema más diversificado y complejo (14).

(14) Esto no significa que hoy día no se gasta una gran cantidad, mayor que en el pasado, en la propaganda gubernamental. Solamente significa que la política realizada no sigue el modelo de la propaganda estatal al estilo de Goebbels.

Analizaré tres aspectos : (1) la imagen que se busca divulgar; (2) las políticas gubernamentales concretas; y (3) las políticas comunicacionales del "sector privado", considerado éste como parte del Estado, por cuanto se trata del sector dominante.

4.1. Una imagen liberal.

Aún en los momentos en que ejercía el control más represivo de los medios de comunicación, lo que coincide con la fase inicial destinada a inaugurar políticas excluyentes y a socializar en el disciplinamiento informativo y en la autocensura, el gobierno intentaba ofrecer una imagen liberal de su política de comunicaciones.

Dos hechos principales explican la necesidad que tiene un gobierno autoritario de presentar como liberal su política frente a las comunicaciones. Uno de ellos es la necesidad de legitimar su acción en un campo crucial, el cual ha sido visto tradicionalmente como un punto neurálgico respecto a la calidad democrática de un Estado. Por diferentes razones el régimen autoritario acude a principios legitimadores negados por su práctica dictatorial, de modo que el discurso ideológico es una inversión de la práctica. Por lo mismo, crear una imagen liberal en relación a la política

comunicativa es una preocupación constante del gobierno y también una empresa difícil, continuamente resentida por el estilo político gubernamental.

El segundo motivo se relaciona con los intereses que en el campo comunicativo tienen las propias clases dominantes, principal base de apoyo del régimen. Por ello, la política gubernamental debe buscar los difíciles puntos de equilibrio entre control estatal y libertad de comunicación para los sectores dominantes. En ese terreno han sido muy interesantes los conflictos producidos por la

mantención del carácter estatal de la televisión. Muchos sectores, principalmente personeros de los grandes grupos económicos, han presionado por la privatización. Este es uno de los pocos terrenos en que se ha puesto oídos sordos a ese tipo de demandas.

El gobierno ha preferido mantener el control directo sobre el medio de comunicación con mayor penetración social.

También es muy ilustrativo observar el diálogo, a veces bastante difícil o por lo menos sinuoso, entre el gobierno y los sectores privados que controlan los aparatos de comunicación. Este diálogo se ha ido deteriorando, pese a la buena voluntad del sector privado para justificar algunos excesos y tolerar las incongruencias entre un discurso liberal y una práctica autoritaria.

Las tensiones que produce la necesidad de proyectar una imagen liberal, que entra en constante contradicción con la política comunicacional autoritaria, se reflejan en las reacciones producidas en los medios de prensa por los discursos públicos del Gral. Pinochet, referidos a los temas de la comunicación masiva y también se reflejan en la relación entre disposiciones constitucionales respecto a la libertad de información y práctica comunicacional.

4.1.1. Los discursos del General.

Durante los primeros años de gobierno militar son numerosas las ocasiones que encuentra el general Pinochet para dirigirse a la prensa. En muchas de ellas alababa el papel jugado en la lucha contra la Unidad Popular por la "prensa verdadera", "baluarte de la chilenidad y "defensora de la patria contra el marxismo".

En junio de 1974, con ocasión del aniversario de El Mercurio, definió este medio de comunicación como "una trincheira de la libertad de expresión que en un momento pasó a simbolizar la libertad de Chile". Los periodistas de El Mercurio fueron descritos como "merecedores del reconocimiento de la ciudadanía" por los esfuerzos realizados

segunda durante "el difícil período del que ha emergido nuestra
querida Patria". En febrero de 1975, invitado por el Colegio de Periodistas
en el día de la prensa, expresó la preocupación del gobierno
no por fortalecer la libertad informativa. "Las restriccio-
nes las definió como un asunto del pasado: "También deseo

dejar en claro que si hubo durante los primeros meses
del actual gobierno algunas restricciones a las publica-
ciones de prensa hoy podemos indicar que existe comple-
ta libertad de expresión, sin otras limitaciones que la im-
puesta por la ética o el sentido común, evitando caer en
el libertinaje u otro vicio". (15).

Sin embargo, pasado el tiempo esta especie de luna de
miel entre el gobierno militar y los organismos de pren-
sa se fue terminando, como consecuencia de la intensifi-
cación durante 1976 y 1977 de las medidas represivas
contra la libertad de información. La Archi y el Colegio
de Periodistas debieron formular reclamos ante la socie-
dad Interamericana de Prensa, referidos principalmente
a la aprobación del bando que restringía la libertad de edi-
ción. Incluso El Mercurio editorializó señalando la necesi-

(15) En esa misma ocasión el presidente del Colegio de Periodistas decla-
ró que la autocensura había provocado la tendencia a la normalización
de la libertad de prensa.

...sidad que enfrentaba el gobierno de superar las resistencias originadas por la "forma de implementar su política".

A pesar de ello, en febrero de 1976 el General Pinochet seguía hablando de la colaboración recibida de parte de lo que llamaba "la familia periodística chilena". Sin embargo, en esa ocasión ya agregaba que había algunos medios que no sabían comprender "la etapa histórica de reconstrucción nacional".

En los últimos años las fiestas conmemorativas de la prensa han transcurrido sin discursos especiales del General Pinochet. El diálogo entre el gobierno y los profesionales de las comunicaciones se ha hecho cada vez más problemático. A fines del año 80 y a comienzos del año 81 la tensión ha alcanzado un punto álgido como consecuencia de la disolución de los colegios profesionales, entre ellos el de periodistas y por la promulgación de la nueva ley de universidades, que elimina la obligatoriedad del título universitario para la carrera de periodista.

Los conflictos entre el gobierno y los órganos representativos de los periodistas o entre éste y ciertos medios de

La prensa ha aumentado los problemas para la divulgación de la imagen liberal que el gobierno militar está empeñado en crear.

4.1.2. Las disposiciones constitucionales.

Otros de los medios a través de los cuales el régimen ha tratado de crear una imagen liberal en relación con su política de comunicaciones ha sido su discurso constitucional.

Las disposiciones constitucionales provisorias, dictadas a comienzos de 1977, aseguraban a todas las personas "la libertad de emitir sus opiniones y la de informar, sin censura previa, en cualquier forma y por cualquier medio, sin perjuicio de responder de los delitos y abusos que se cometieran en el ejercicio de esas mismas libertades"(16).

Una de las cláusulas garantizaba así mismo que "toda persona natural o jurídica tendría el derecho de fundar, editar y mantener diarios, revistas y periódicos (17). Tam-

(16) Acta Constitucional N° 3, Cap. I, N° 12.

(17) Ibid, N° 12, inciso 5.

(18) La abolición de la censura previa y la libertad de prensa fueron las principales medidas que el gobierno militar adoptó para la normalización de la libertad de prensa.

bién la norma constitucional señalaba que solamente por ley podría reformarse la propiedad y el funcionamiento de los medios de comunicación social. Sin embargo, la vigencia del estado de emergencia permitía negar en los hechos aquello que se establecía al nivel del derecho. Entonces, la contradicción entre la práctica y el discurso jurídico se salvaba por referencia al futuro de normalidad, en el cual serían superadas las vicisitudes del presente.

En el primer anteproyecto constitucional, preparado por una comisión presidencial creada ad-hoc, se establecían fuertes limitaciones a la libertad informativa entre ellas la censura previa y la facultad judicial para prohibir la difusión de informaciones u opiniones que atentaran contra la moral, el orden público o la vida privada de las personas. El segundo ante-proyecto, elaborado por el Consejo de Estado, re-

forzaba esa tendencia (18).
 (18) Los procedimientos de elaboración del texto constitución comprendían tres etapas: i) elaboración por una comisión presidencial de un proyecto (primer anteproyecto), ii) discusión de ese texto por el Consejo de Estado y elaboración en caso de modificaciones de otro anteproyecto (segundo anteproyecto), iii) redacción por parte de la Junta de Gobierno del proyecto definitivo.

Es decir, los dos anteproyectos que fueron conocidos antes del plebiscito de 1980 significaban retrocesos respecto de las normas constitucionales provisorias. Sin embargo, en el proyecto sometido a la votación estas y otras disposiciones restrictivas no aparecieron; será materia de una ley futura la reglamentación del ejercicio de la libertad de expresión. En suma, la preocupación por mantener una imagen liberal prima en la redacción del texto definitivo, pero la contradicción se solucionó postergando el problema para el futuro (19).

En todo caso las disposiciones relativas a la libertad de prensa contenidas en los dos anteproyectos fueron resistidas por diferentes organismos representativos de trabajadores o empresarios de la comunicación. En una conferencia organizada en 1980 por la Asociación Nacional de Prensa (20)

(19) Ese texto fue aprobado por la Junta. Este organismo estaba compuesto hasta marzo de 1981 por los jefes máximos de las cuatro ramas de la defensa nacional (Ejército, Marina, Fuerza Aérea y Carabineros). A partir de marzo el General Pinochet solamente ostenta el cargo de Presidente, integrando la Junta otro representante del Ejército.

(20) La Asociación Nacional de Prensa reúne a los propietarios de diarios y revistas.

el director de El Mercurio rechazaba las normas que obligarían a los periodistas a revelar las fuentes de sus informaciones y las facultades conferidas a los jueces para velar por la veracidad de las informaciones periodísticas. El conferencista indicaba que "es de esencia del opinar el incurrir en equivocaciones. Si sólo pueden aseverarse públicamente verdades dogmáticas o evidencias matemáticas no hay ya libertad de opinión y de información". Agregaba que si el anteproyecto del Consejo de Estado contenía ese tipo de disposiciones "no sólo restringiría la libertad de opinión sino que la habría hecho desaparecer". Esto significaría "suprimir un valor esencial para el proyecto de sociedad libre que está implementándose en Chile".

Tres organismos ligados a las comunicaciones (la Asociación Nacional de Prensa, la Archi y el Colegio de Periodistas) presentaron al Consejo de Estado un proyecto alternativo respecto a la libertad de opinión, que eliminaba las disposiciones restrictivas del primer anteproyecto.

En él se rechazaba la censura previa, se establecía que la libertad de opinión era un complemento indispensable de la libertad de información, se estatuyó el derecho a réplica y la inexpropiabilidad de los medios de comunicación.

En la práctica esta discusión ha quedado postergada hasta el momento en que se reglamente el ejercicio de la libertad de información y opinión. No sabemos si en ese momento permanecerá vigente la necesidad de proyectar una imagen liberal y si perdura no conocemos el cuadro concreto de tensiones y contradicciones entre imagen liberal y estilo autoritario. Por lo tanto es difícil predecir las orientaciones que tendrá el futuro cuerpo legal sobre esta materia decisiva para el desarrollo de las comunicaciones en Chile.

4.2. Las políticas gubernamentales.

Esta disparidad contradictoria entre imagen liberal y estilo autoritario ha regido desde 1973 la política de comunicaciones del régimen militar. La imagen liberal corresponde a las necesidades globales de legitimación y a la necesidad política de respetar el ámbito privado de las comunicaciones. Ese estilo autoritario, una de cuyas menciones es la concepción no representativa de la política, está estrechamente relacionado con las pretensiones de ser una dictadura revolucionaria.

En este caso esas dos exigencias se superponen como mundos separados. Uno es el universo del discurso ideal sobre el orden comuni-

cativo, el otro es el universo de las políticas gubernamentales. Lo importante es que la política de intervención estatal de las comunicaciones está permanentemente revestida de este discurso liberal.

Respecto a las políticas gubernamentales se analizarán someramente los objetivos y lineamientos que la definen y la red de medios gubernamentales.

4.2.1. Objetivos y lineamientos.

Para situar esta temática es necesario recordar las pretensiones revolucionarias que el gobierno esgrime como justificación del régimen de dictadura autoritaria. Permanentemente se legitiman las restricciones de la libertad como preparación del futuro, haciendo un contrapunto entre el presente de emergencia política y el orden político permanente, que llegará cuando la revolución haya finalizado sus tareas primordiales. El objetivo explícito de ese proceso es la modernización capitalista, la cual sólo

podrá conseguirla un gobierno que actúe por encima de las presiones de los grupos sociales.

En el documento se hace un análisis de la situación de las comunicaciones en el país, señalando que la política de intervención estatal es una política de intervención autoritaria y que la política de intervención autoritaria es una política de intervención autoritaria.

En función de ese marco global los especialistas gubernamentales han definido los objetivos de la política de comunicaciones. Para precisar los objetivos se realiza una periodización de la política, distinguiendo dos etapas nítidamente separadas. La primera corresponde a la estabilización del poder político y la segunda a la etapa de estabilidad (21). En la etapa de estabilización la política comunicacional tiene las características de una política de guerra cuya meta es la "acción psicológica en contra del adversario marxista-leninista". En la etapa de estabilidad la política comunicacional no puede limitarse a esta función negativa, suficiente en los momentos de guerra. Una política comunicacional acorde con los objetivos globales del régimen militar, debería poseer un carácter constructivo-positivo, orientándose a explicar y difundir los cambios sociales; un carácter impersonal y un carácter encubierto, de manera que actúe indirectamente y sin hacer explícitas sus pretensiones (22).

-
- (21) Documento interno de carácter confidencial elaborado en setiembre de 1975. Todas las citas corresponden a ese texto.
- (22) En el documento señalado se dice: "es necesaria una comunicación impersonal que afecte positivamente a grandes mayorías y que sea encubierta".

En esta etapa de estabilidad la política comunicacional tiene como objetivos la integración social y el control social, superando las metas puramente negativas de la etapa de estabilización. En ella la política comunicacional se integraba dentro de una lógica global de guerra, mientras que después se inserta en la lógica de "construcción revolucionaria".

El objetivo de integración social está claramente expresado.

Por ejemplo: "podemos decir nítidamente que la comunicación social es un proceso mediante el cual se transmiten

significados... del gobierno al pueblo para persuadirlo que

no es espectador sino protagonista en el proceso de desarrollo

de la comunidad". Aún con más nitidez se formula esa

pretensión cuando se dice que el objetivo estratégico de la

política comunicacional es "lograr la cohesión interna de

todos los sectores o estratos socio-económicos, es decir

de todos los chilenos tras los principios del gobierno de Chile".

El objetivo de control social también está expresado con ni-

tidez, por ejemplo, a través de la proposición de construir un

sistema cibernético para detectar las probabilidades de res-

puestas comunicativas favorables al régimen.

Esta política comunicacional está dirigida especialmente a los jóvenes, considerados como "la continuidad de Chile" y a las mujeres, importantes por su "efecto multiplicador".

4.2.2. La red de medios gubernamentales.

En el nivel de los macromedios el gobierno controla directamente la red de Televisión Nacional, la única que tiene acceso a casi todo el territorio; una extensa cadena radial, encabezadas por las emisoras Nacional y Colo Colo y el diario La Nación, con distribución por todo el país.

En una sociedad donde ha disminuído entre 1973 y 1980 el número de macromedios, tiene una importancia estratégica el control absoluto de una red tan importante. En ella el papel predominante lo juega la televisión, cuyas formas de dirección se modifican desde 1973. Hasta entonces funcionaba como organismo directivo superior, un cuerpo colegiado constituído por representantes gubernamentales, de los trabajadores y de otros órganos del Estado. Sus funciones eran definir los objetivos y las principales políticas, por ejemplo de programación, de implantación y de desarrollo

tecnológico. Por lo tanto la dirección de la red nacional de televisión era una función estatal y no solamente gubernamental, como lo es hoy día.

La iniciativa más original que se ha desarrollado durante este período ha sido la constitución de una red gubernamental de micromedios. Casi todos los organismos de masas o encargados de políticas sociales cuentan con uno o varios de ellos (23). A diferencia de los micromedios tradicionales, los órganos creados por el gobierno militar están impresos en buen papel y con medios técnicos de calidad.

Su objetivo es la divulgación a niveles sectoriales de las políticas gubernamentales. Eso también marca una diferencia con el micromedio tradicional, cuyo alcance sectorial le permitía recoger las expresiones de la base y representar sus intereses sentidos. Habitualmente la diferencia entre los órganos nacionales y el medio sectorial residía en el anonimato del primero versus la posibilidad de expresar

(23) Algunos de los organismos que editan micromedios son la Secretaría Nacional de la Mujer, la Secretaría Nacional de la Juventud, la Dirección de Deportes y Recreación, la Federación de Estudiantes de la Universidad de Chile, algunas Municipalidades y los Ministerios.

intereses sectoriales e incluso un habla sectorial. En los micromedios creados por el gobierno desaparece esa función, puesto que su contenido está totalmente elaborado desde arriba.

4.3. Las políticas comunicacionales del sector privado.

Es otro componente del Estado que es el llamado "sector privado", eufemismo usado para designar a las diferentes fracciones capitalistas que constituyen el núcleo dominante, también perfila sus propias políticas comunicacionales. Esas políticas no son necesariamente idénticas y homogéneas que las políticas gubernamentales, pero sí son congruentes. Ambas tienen como objetivo global la legitimación de un orden social en que el mercado reemplaza muchas de las funciones que desempeñaba el Estado.

Dentro del sector privado podemos distinguir tres categorías: los grupos económicos emergentes, los grupos político-ideológicos y los grupos especializados en las comunicaciones.

4.3.1. Los grupos económicos emergentes (24).

Una de las características de estos grupos económicos emergentes es la importancia que le asignan a la comunicación social, como una herramienta fundamental para alcanzar sus conquistas en el terreno económico y político.

Los dos principales grupos desarrollan una actividad en el terreno de las comunicaciones. El grupo Cruzat-Larraín se ha orientado hacia la vertiente más tradicional, el control de la propiedad de los medios. Así compró en 1975 la revista *Ercilla*, el más importante semanario existente hasta entonces en Chile, controlado por sectores demócrata cristianos. Poco después adquirió la revista *Vea*, un magazine misceláneo dirigido a los sectores medio bajos y populares. También es propietaria de radio Minería, una de las emisoras con más alta sintonía en AM y de radio Caro-

- (24) Se habla de grupos económicos emergentes en el sentido que son simultáneamente productos y gestores del nuevo sistema de dominación. Entre 1973 y 1980 el proceso de centralización del capital ha alcanzado una magnitud desconocida. Según F. Dahse, Mapa de la Extrema riqueza, Editorial Aconcagua, 1979, el grupo Cruzato-Larraín controlaba hasta 1977 alrededor de 80 empresas y el grupo Vial alrededor de 60 empresas. Esa centralización acelerada es una resultante de la política económica.

lina que transmite en FM. Pese a sus esfuerzos este grupo no ha logrado consolidar sus publicaciones periodísticas.

El grupo Javier Vial desarrolla su política comunicacional en una perspectiva diferente. Su preocupación ha estado orientada hacia el sector cultural-artístico, a través del mecenazgo de pintores y escultores y organizando eventos, como exposiciones y concursos.

Ambos grupos han demostrado interés por la privatización de la televisión, pero se han estrellado con el gobierno, deseoso de mantener el control directo de ese medio. Sin embargo, todo hace presumir que los grandes grupos económicos tienen importante influencia en la programación televisiva, puesto que la eliminación de los subsidios estatales ha convertido a los grandes avisadores en el principal sostén financiero de la televisión.

4.3.2. Los grupos político-ideológicos.

Entre los grupos organizados en torno a intereses más abiertamente político-ideológicos se destacan el grupo vinculado al Opus Dei, el grupo gremialista y el grupo denominado "duro".

El primero controla el semanario Qué Pasa, con un tiraje de 8.000 ejemplares; cuyos lectores se reclutan entre los sectores de más altos ingresos; el segundo edita la revista Realidad, de carácter ideológico doctrinario. Ambos grupos han ido evolucionando ideológicamente desde el año 1973. Comenzaron como grupos adscritos al catolicismo tradicional. Con el correr del tiempo han ido articulando su antiguo discurso con el discurso liberal modernizante. Ambos grupos se han convertido en grandes sostenes de la políti-

ca económica. La especificidad de estos grupos es su apertura política que se expresa en el esfuerzo de buscar un correlato político al modelo económico(25).

El tercer grupo ha irrumpido desde 1980 en el campo de las comunicaciones, mediante el progresivo control del im-

portante diario La Tercera(26). Este grupo se caracteriza

(25) Los principales portavoces de estos grupos son Gonzalo Vial, ex director de Qué Pasa y Jaime Guzmán, dirigente gramsciano.

(26) Pertenece al Consorcio Periodístico de Chile (familia Pío Cañas) y tiene un tiraje de 380.000 ejemplares, muy superior a El Mercurio de Santiago.

El primero controla el semanario Qué Pasa, con un tiraje de 8.000 ejemplares, cuyos lectores se reclutan entre los sectores de más altos ingresos; el segundo edita la revista Realidad, de carácter ideológico doctrinario. Ambos grupos han ido evolucionando ideológicamente desde el año 1973. Comenzaron como grupos adscritos al catolicismo tradicional. Con el correr del tiempo han ido articulando su antiguo discurso con el discurso liberal modernizante. Ambos grupos se han convertido en grandes sostenes de la política

económica. La especificidad de estos grupos es su apertura política que se expresa en el esfuerzo de buscar un correlato político al modelo económico(25).

El tercer grupo ha irrumpido desde 1980 en el campo de las comunicaciones, mediante el progresivo control del im-

portante diario La Tercera(26). Este grupo se caracteriza

(25) Los principales portavoces de estos grupos son Gonzalo Vial, ex director de Qué Pasa y Jaime Guzmán, dirigente gramsciano.

(26) Pertenece al Consorcio Periodístico de Chile (familia Piñón Cañas) y tiene un tiraje de 380.000 ejemplares, muy superior a El Mercurio de Santiago.

ideológicamente por el nacionalismo, el populismo de corte reaccionario y el antiliberalismo político. Este diario, caracterizado hasta entonces por su eclecticismo, ha eliminado en el último tiempo a aquellos colaboradores que representaban pensamientos diferentes y ha asumido una línea editorial muy agresiva contra los sectores opositores y a-perturistas (27).

4.3.3. Los grupos especializados en las comunicaciones.

El más importante de estos grupos es de la familia Edwards, históricamente vinculado al campo de las comunicaciones.

Este grupo constituye, por lo menos en el campo de

sa, el grupo con mayor gravitación (28). Este grupo contro-

(27) Las columnas de opinión política son monopolizadas por los duros: Pablo Rodríguez, ex-jefe de Patria y Libertad; Alvaro Puga, Ricardo Claro y Gastón Acuña. Casi todos ellos critican en sus columnas al equipo de Chicago.

(28) El grupo Edwards es también un grupo económico con negocios fuera del campo de las comunicaciones (por ejemplo Banco Edwards). Pero a diferencia del Grupo Vial o Cruzat-Larraín no ha tenido un crecimiento espectacular desde 1973.

la a través de una serie de filiales, una importante red periodística y una de las principales empresas editoras del país (29).

Igual que en el pasado, este imperio comunicacional actúa como rector ideológico de la derecha chilena, a través del cual se procesa y se difunde la actualización de las concepciones de mundo de ese sector. Por su amplia influencia social juega el papel de un partido político, reflejo y punto de referencia ideológico de diferentes sectores burgueses.

En el período actual se ha convertido en el portavoz de las concepciones del equipo económico, cada una de cuyas medidas aplaude al nivel del sentido común.

El grupo Edwards coordina sus diferentes medios, con el objeto de llegar a la más amplia gama de la población. En Santiago edita El Mercurio como diario "serio", de gran

-
- (29) Esas filiales son Empresa El Norte Sociedad Periodística Ltda., con seis diarios en las principales ciudades del Norte; la Sociedad de Publicaciones y Comercio, S.A., con dos diarios en Valparaíso y la Empresa Periodística El Mercurio S.A. con tres diarios en Santiago, dos de los cuales tienen circulación nacional. La empresa editora es Lord Cockrane, que publica la revista femenina Paula; tiene además una empresa distribuidora de revistas.

formato, el cual es complementado por La Segunda como tabloide de la tarde y por Las Ultimas Noticias, la cual ha ido adquiriendo progresivamente un tono populista y sensacionalista, en un intento por llegar a sectores medios y populares, desplazando a La Tercera.

4.3.4. Conclusión.

En realidad el control "privado" de los medios de comunicación masiva no es una novedad de este régimen. Tradicionalmente las clases dominantes han tenido en sus manos esta importante herramienta de reproducción social. Sin embargo, lo nuevo es el interés creciente y diversificado de los grupos económicos por controlar directamente un abanico de medios, la inhabilidad política que impide a muchos sectores de la población acceder al control de ellos y la congruencia entre las políticas comunicacionales

del gobierno y de los medios del "sector privado".

5. LOS MEDIOS NO-OFICIALES.

Frente a este enorme potencial comunicacional del gobierno y de los sectores sociales representados en él, los grupos disidentes ocupan un es -

formato, el cual es complementado por La Segunda como tabloide de la tarde y por Las Ultimas Noticias, la cual ha ido adquiriendo progresivamente un tono populista y sensacionalista, en un intento por llegar a sectores medios y populares, desplazando a La Tercera.

4.3.4. Conclusión.

En realidad el control "privado" de los medios de comunicación masiva no es una novedad de este régimen. Tradicionalmente las clases dominantes han tenido en sus manos esta importante herramienta de reproducción social. Sin embargo, lo nuevo es el interés creciente y diversificado de los grupos económicos por controlar directamente un abanico de medios, la inhabilidad política que impide a muchos sectores de la población acceder al control de ellos y la congruencia entre las políticas comunicacionales

del gobierno y de los medios del "sector privado".

5. LOS MEDIOS NO-OFICIALES.

Frente a este enorme potencial comunicacional del gobierno y de los sectores sociales representados en él, los grupos disidentes ocupan un es -

..trecho espacio en la comunicación masiva, en gran parte a causa de las restricciones imperantes. Este espacio es hoy día doblemente estrecho: los sectores disidentes no poseen medios de comunicación propios y sus o piniones y las informaciones que les interesan tienen un espacio muy restringido en los medios existentes o son tratadas de un modo distorsionado.

5.1. Los macro-medios.

Los macro-medios no oficialistas pertenecen casi todos a sectores democrata-cristianos y de Iglesia.

- Los primeros poseían en el momento del golpe un diario en Santiago, el cual debieron cerrar por motivos financieros durante el año 1974.
- Actualmente controlan dos radios, Cooperativa y Santiago, y el semanario Hoy, el de mayor circulación en el país, fundado en 1977 en el reemplazo de Ercilla. Los intentos de expandir esta red de macro-medios han sido impedidos por el gobierno, debiendo afrontar importantes la reducción de la cadena de radio Cooperativa, también por disposiciones gubernamentales (30):

(30) Debieron liquidar el diario La Prensa, fue clausurada la revista Política y Espíritu, reducida la cadena de radio Cooperativa, clausurada radio Balmaceda, prohibida la circulación de Gente Actual y de Cándida. Respecto al patrimonio comunicacional de la Democracia Cristiana existe una incógnita sobre la cadena de diarios Sopesur, con varias publicaciones en las provincias del Sur. La propiedad actual de esa empresa no es clara.

La Iglesia Católica controla radio Chilena, antes en manos del Arzobispado de Santiago, actualmente dirigida por la Congregación Salesiana. También, a través de la Academia de Humanismo Cristiano edita la revista Análisis, de corte interpretativo; a través de los Jesuitas publica la revista mensual Mensaje, con amplia acogida entre profesionales y estudiantes.

Los sectores progresistas han logrado abrirse un hueco en medio de la tupida red de disposiciones restrictivas. En 1979 un grupo de periodistas logró transformar una publicación especializada en cuestiones internacionales en una revista de contenido nacional, con distribución a través de kioscos (Apsi). Esta publicación se encuentra hoy día en pleno proceso de desarrollo.

La red de radios constituye el pivote central de este conjunto de macro-medios. Sin embargo, ellas siguen una política de programación de acuerdo a las pautas fijadas por el mercado. Son radios fundamentalmente musicales, que solamente difieren de las oficialistas por el carácter de los espacios informativos. En ellos se da cabida a noticias silenciadas por otros medios, las que denuncian el carácter represivo del régimen, también permiten la expresión de personajes públicos de la disidencia. Sobre todo en los primeros tiempos, el lenguaje de estos informativos debía adoptar para referirse a aspectos delicados o prohibidos un carácter metafórico.

Entre las revistas, Hoy es un semanario de tipo tradicional con amplia cobertura del acontecer nacional, pulseado con los modelos periodísticos establecidos. Los temas tratados por Hoy son muy semejantes a los que tratan *Ercilla* o *Qué Pasa* y las secciones establecidas también lo son, incluyendo una de negocios y empresas. Las otras revistas tienen un carácter analítico e intelectual. Significan instancias de elaboración ideológica para sectores dirigentes más que medios de difusión masiva de contenidos informativos.

5.2. Los micro-medios.

El sector no-oficialista también ha intentado romper el cerco comunicativo tendido alrededor de él, a través de la edición de micro-medios. Los más importantes son el boletín "Solidaridad" y la revista "La Bicicleta".

El primero es editado por la Vicaría de la Solidaridad y se autodefinen como "voz de los sin voz". Este boletín se reparte a través de los organismos de base eclesiásticos y se alimenta de la información recogida en esos sectores. En este órgano, junto con contenidos de denuncia, se trata de inculcar un mensaje pastoral que se alimenta

del Concilio Vaticano y de la reunión de Medellín.

A partir de 1979 el sector artístico no-oficial ha desarrollado un esfuerzo importante de comunicación a través de la creación de micro-medios. Ese sector constituye una fuente potencial de comunicación alternativa por su capacidad de elaborar lenguajes distintos. El año 1979 hay un auge de los micro-medios del sector artístico(31).

Hoy día solamente subsiste la revista "La Bicicleta", producto del esfuerzo titánico de gente muy joven, con escasos recursos económicos. Esa revista ha recogido y elaborado la importante experiencia cultural alternativa que se ha desarrollado en ese período, transformándose en la tribuna de los jóvenes artistas.

En el sector universitario y sindical también han aparecido numerosos micromedios. Desgraciadamente no han logrado estabilizarse y tienen muy poca perdurabilidad(32).

5.3. El problema de la alternativa.

Quiero terminar este trabajo con una reflexión acerca del problema de la comunicación alternativa.

(31) Ese año aparecieron la revista de cine Ojo, de la cual se editaron dos números; la revista de artes plásticas Cal, que logró sacar cuatro números; el Boletín Informativo de la Unión de Escritores Jóvenes que editó dos números.

(32) Existe todavía poca información sobre este aspecto. Recién se ha comenzado una investigación sobre el tema en CENECA.

He hablado de los medios de la oposición como medios no oficiales.

Esta definición en torno al eje oficialismo o negación del oficialis-

mo tiene su razón de ser. La hipótesis que sostengo es que los me-

dios no-oficiales construyen su discurso dentro de los mismo pará-

metros del discurso oficial. Tratan de la misma manera los mis-

mos temas aunque negativamente; representan la cara crítica y opo-

sitora respecto a las informaciones que proporciona la prensa del

sector gubernamental. Escasamente amplían el ámbito informativo

del oficialismo, son en definitiva el eco de una misma sociedad, aun-

que la analicen desde un punto de vista distinto;

Esto no quiere decir que estos medios no jueguen un papel sumamen-

te importante. Para ciertos sectores opositores ellos constituyen

la principal fuente de información. Principalmente los sectores

intelectuales, profesionales y estudiantiles, alimentan allí su dis-

curso crítico.

Sin embargo, los medios opositores no constituyen, en rigor, me-

dios de comunicación alternativa. Ese tipo de medios son aquellos

que alimentan de un discurso social alternativo, tanto en sus for-

mas como contenidos, respecto al discurso del régimen. Ese dis-

curso alternativo debe incluir gérmenes de visiones de mundo alter-

nativas y ser el portador de ellas, aquel que las proceso para difun-

dirlas como sentido común. Deberá surgir de prácticas concretas, en las cuales se elabora: un reconocimiento del nuevo Chile, modificado no sólo políticamente sino también en su estructura social y física; un proyecto de superación del desarrollo impuesto por la burguesía transnacionalizada.

La comunicación alternativa solamente podrá surgir de una cultura alternativa, ella no puede ser la majadera reiteración de "recetas" del pasado que van quedando ajenas, no puede tampoco ser un discurso abstracto que se alimenta de otro discurso abstracto,

Encontramos gérmenes de esta comunicación alternativa en algunas tentativas artísticas, de grupos de músicos, literatos y plásticos que buscan nuevas fórmulas de creación y nuevas formas de inserción en una sociedad hostil, que no los valora ni los acoge como antes (33).

(33) Tradicionalmente la actividad artística se había desarrollado al amparo de las universidades, ésto es financiada por el Estado. Actualmente se sostiene una política artística en que la obra se considera un producto transable en el mercado. Las manifestaciones artísticas de los sectores alternativos no encuentran espacio en los medios de comunicación por problemas de represión y censura pero también porque no cumplen con las reglas técnicas y comerciales que permitan su difusión masiva. El caso más claro es el de muchos cantantes de la Nueva Canción.

Este curso alternativo debe incluir énfasis en la investigación sobre el tema en CENECA.

Algunos de estos grupos artísticos movilizan una amplia falange de seguidores, reclutados de preferencia entre los jóvenes (34). En torno a ellos se produce el interesante fenómeno de la formación de enclaves, constituídos por públicos que solamente se exponen a la comunicación que consideran contestaria (35).

(34) El público que en 1980 asistió a los festivales de Nuestro Canto estaba compuesto 43% por estudiantes, 19.5% profesionales y empleados, 7% obreros. El 46.6% estaba concentrado en el grupo de edad entre 18-34 años. Ver Any Rivera, El público del canto popular, CENECA, documento de trabajo, 1980.

(35) Según la investigación de CENECA ya citada el 61% del público encuestado no escuchaba música popular extranjera, el 75% no escuchaba más programas radiales que los de Nuestro Canto y el 76.3% no veía programación musical en la televisión.

... como sentido...
 ... en las cuales se...
 ... (33) ...

TITULO: <i>POLITICAS DE COMUNICACION EL CASO DE CHILE</i>		
AUTOR: <i>CENECA</i>		
N° ISIS: <i>(612)</i> N° ACCESO: <i>0369, 25</i>		
FECHA PRESTAMO	LECTOR	FECHA DEVOLUCIÓN
<i>12/3/99</i>	<i>(FOSIS y NOELLE) Daniela Valdeavita</i>	<i>22/3/99</i>
<i>22/11/02</i>	<i>Manuel Tu</i>	<i>28/11/02</i>

(33) Traducción...

... en Chile...

... El rol del...

(34) Según la investigación de CENECA y el rol del público en...
 ... en Chile...

22