Globethics Repository



Manipulación de Información y Conflicto Ideológico [Handling Information and ideological conflict]

This page was generated automatically upon download from the Globethics Repository. More information on Globethics see https://www.globethics.net. Data and content policy of Globethics Repository see https://repository.globethics.net/pages/policy.

Item Type	Article
Authors	Rojo De la Rosa, Juan
Publisher	Fundación Friedrich Ebert (FES)
Rights	Creative Commons Copyright (CC 2.5)
Download date	2026-11-14 11:45:40
Link to Item	http://hdl.handle.net/20.500.12424/222541

Nueva Sociedad Nro. 25 Julio-Agosto 1976 pp.66-77

Manipulación de Información y Conflicto Ideológico: Chile 1970-1973

Rojo-De la Rosa, Juan*

INTRODUCCION

Una multiplicidad de estudios críticos han analizado el papel de los medios de masa en América Latina en el contexto del capitalismo dependiente. De esta preocupación vital ha surgido un cuestionamiento al "orden comunicacional establecido" y particularmente un intento de definición de los marcos operacionales factibles de la lucha ideológica en la presente situación.

Sobre este último punto adquiere notoria importancia la discusión sobre manipulación de información entendida como la clave para la comprensión de la participación de los medios de masas en los procesos de lucha ideológica. Partiendo de la base de que toda comunicación es política en la medida que reproduce los intereses de clase al interior de un sistema, se manipula información para promover o deteriorar un determinado modelo político o económico, para permitir o restringir niveles de participación social o para estabilizar o desestabilizar formas de poder político. Así, los medios de comunicación se convierten en América Latina en elementos claves del conflicto ideológico y su papel como agentes del desarrollo queda relegado en la medida que la prioridad es la lucha por alcanzar el poder político.

Estas notas intentan discutir en parte una experiencia de lucha ideológica en torno a los medios que surgen con las nuevas condiciones que se imponen con el triunfo de la Unidad Popular en Chile en Septiembre de 1970, y pretenden ser una contribución a la discusión en el seno de los sectores progresistas sobre las nuevas formas comunicacionales de carácter liberador.

1. Manipulación de Información en el Sistema de Comunicaciones Chileno

En Chile, el sistema de comunicaciones estuvo históricamente vinculado a los diferentes grupos de poder político y económico y sirvió básicamente a los intereses de estos grupos de presión que se identifican con los sectores capitalistas internacionales. La burguesía chilena, desde muy temprano, se preocupó de poner en marcha "una cultura de masas" que le permitiera desarrollar por una parte, una industria

cultural y por otra controlar el flujo de información interno y externo del país. Paralelamente, dejó desarrollarse de modo incipiente una prensa popular de izquierda que podía controlar desde diferentes sectores. Por un lado con el peso de la legislación que ella misma había desarrollado y convertido en Ley de la República, y por otro, a través del monopolio, en este caso, del papel. Igualmente preparó y formó la mano de obra necesaria para su proyecto de dominación política y cultural. Se formaron los "reporteros" en la vieja tradición de recolectores de datos en fuentes previamente seleccionadas y se les inculcó formas de pensar que hacían que la organización de esa información y elaboración de la misma, estuviera de acuerdo a las pautas previamente establecidas. No se necesitaban hombres que cuestionaran el proceso mismo de la comunicación y que mucho menos se atrevieran a analizar críticamente el producto de su trabajo. La estructura jerárquica de un medio de comunicación fue otro de los aspectos que la burguesía propietaria de los medios se preocupó de organizar. El sistema de comunicación en su conjunto debía operar en forma expedita y reaccionar como uno solo frente a cualquier amenaza. Las campañas de propaganda política debían cubrir todos los frentes, desde la cuidadosa selección del material Internacional hasta los "comics" de la literatura infantil. En cada actividad, el sistema de comunicación de la burguesía racionaliza y le da coherencia al sistema de dominación. Las noticias son presentadas desligadas de sus raíces históricas y promoviendo las pautas de conducta competitiva que promueven el sistema capitalista. De allí que la tradicional forma ya clásica de organización de la noticia haya permanecido casi inalterable, en lo que se denomina la forma de "pirámide invertida":

"S U M M A R Y L E A D

Elaboration of lead

Details become

less and less

important

as story

unfolds."[1]

Esta estructura valora en alto grado los conceptos de actualidad y rapidez, al mismo tiempo que permite la receptividad de un mayor número de mensajes en forma paralela. Lo que se pretende es lograr determinados "efectos" que promueven en el

[1]Ver Klaus Vieweg y Willy Walter. "Cambios en la Estructura de la Información de la Prensa Imperialista" en Casa de las Américas, N° 77.

lector "estados ilusorios de información" o simplemente "saturación del lector" lográndose la narcotización del mismo e impidiendo su capacidad crítica. Las técnicas de manipulación de información van desde la organización misma de la noticia hasta la organización general del medio de comunicación. Se llega incluso a la simplificación de la información en artículos cortos que permitan "una lectura breve" de tal manera que el lector sienta "la ilusión de estar bien informado". Igualmente la inserción de "opiniones autorizadas" que refuercen las pautas de conducta y las posibilidades de argumentación social del lector es otra de los técnicas de este proceso de manipulación de información. La saturación está destinada a provocar un bloqueo a la memoria y una neutralización del juicio crítico de tal manera que el lector sea manipulable ya sea incitándolo a la acción o a la pasividad según mejor convenga a quienes detentan el poder de la información. Por otro lado el sistema de comunicación manipula conciencias ofreciendo al público un manual ideológico especializado. Así, por ejemplo, proliferan en América Latina y en Chile particularmente, la revista femenina, la revista de ídolos, la revista seudo-amorosa, la revista deportiva, la revista infantil y el medio de comunicación de actualidad. En todos estos medios de comunicación, la burguesía se preocupa de no perder en ningún instante la dinámica misma de la información. Los hechos sociales, son los hechos protagonizados por los representantes de la clase dominante y en ellos no tienen cabida las grandes masas dominadas. La "opinión pública" es la opinión de quienes controlan los medios de comunicación al mismo tiempo que se somete al lector a un rol pasivo.

Este sistema de comunicación sustenta ideológicamente la estructura capitalista chilena que ha fracasado como proyecto político. El Programa Básico de Gobierno de la Unidad Popular, lo explicitaba así:

"...Lo que ha fracasado en Chile es un sistema que no corresponde a las necesidades de nuestro tiempo. Chile es un país capitalista, dependiente del imperialismo, dominado por sectores de la burguesía, estructuralmente ligados al capital extranjero, que no puede resolver los problemas fundamentales del país, los que se derivan precisamente de sus privilegios de clase a los que jamás renunciarían voluntariamente..."[2]

Frente a ello la izquierda chilena surge como alternativa de cambio. En este sentido la tarea fundamental es iniciar la construcción de un proceso hacia el socialismo en Chile. Lo que se quiere, como proyecto político, es llevar a cabo los cambios estruc-

[2]Programa básica de Gobierno de la Unidad Popular en "Política y Espíritu" Nº 317 año XXV, Agosto 1970, pp. 48-56.

turales que la situación nacional exige a partir del traspaso del poder, de los antiguos grupos dominantes a los trabajadores, a las masas campesinas y a los sectores progresistas de las capas medias. En este esquema de proyecto político global también se plantea un importante papel a los medios de comunicación de masas:

"...Estos medios de comunicación (radio, editoriales, prensa, televisión, cine) son fundamentales para ayudar a la formación de una nueva cultura y un hombre nuevo. Por eso se deberá imprimirles una orientación educativa y liberarlos de su carácter comercial, adoptando las medidas para que las organizaciones sociales dispongan de estos medios eliminando con ellos la presencia nefasta de los monopolios. El sistema nacional de cultura popular se preocupará especialmente, del desarrollo de la industria cinematográfica y de la preparación de programas especiales para los medios de comunicación masiva..." [3]

En suma, el proyecto cultural de la Unidad Popular se planteaba como un medio por el cual los trabajadores pudieran hacer escuchar sus propia voz al mismo tiempo, que se convertían en los verdaderos protagonistas de la historia.

2. La lucha ideológica en torno a los medios de comunicación.

En un momento histórico de enfrentamiento ideológico, los medios de comunicación en poder de la burguesía, generalmente operan con una estrategia informativa que podría resumirse en los siguientes aspectos:

1. Concentración de una infraestructura informativa, que incluye control del aparato de producción de información, así como control de las materias primas para dicha infraestructura. No existe gran diferencia entre la forma de monopolizar el aparato productivo económico y la forma de monopolizar el aparato productivo de información.

2. Concentración solidaria de un frente informativo representativo de las diversas alianzas políticas que conforman la burguesía.

3. Concentración de una temática y un encuadre conceptual así como un tratamiento general para todo el frente informativo.

4. Desarrollo de la estrategia informativa propiamente tal, que va desde la campaña de prensa aislada a la globalidad racionalizadora.

[3] Ibid.

5. Flexibilidad del medio de comunicación incluso a nivel tal de convertirse en personaje del conflicto ideológico.

Unidad Ideológica en la izquierda para la defensa del Gobierno Popular

Estas formas de organización de la estrategia informativa se dieron con claridad durante los tres años que duró el gobierno del Presidente Salvador Allende. En una primera etapa fácilmente distinguible, que va desde el 4 de Septiembre de 1970, fecha del triunfo electoral de Salvador Allende, hasta el 3 de Noviembre de 1970, fecha de la asunción al poder, la temática en torno a la cual se centra la lucha ideológica es precisamente la elección de Allende y su ratificación por el Congreso pleno.

Hasta Septiembre de 1970 la burguesía concentraba la propiedad y control de los medios de comunicación en torno a diez grupos monopólicos. Ellos eran:

1. Grupo El Mercurio - Lord Cochrane

2. Grupo Zig-Zag

3. Grupo Radio Minería

4. Grupo Radio Portales

5. Consorcio Periodístico de Chile S. A. COPESA.

6. Compañía chilena de comunicaciones.

7. Emisora Presidente Balmaceda

8. Sociedad Periodística del Sur S. A., SOPESUR.

9. Sociedad Nacional de Agricultura

10. Radioemisoras Unidas.

Esta concentración monopólica era de tal magnitud que el grupo Mercurio-Lord Cochrane y el grupo Zig-Zag controlaban la totalidad de las revistas con aproximadamente 2,7 millones de unidades semanales. Igualmente los grupos Mercurio, SOPESUR y COPESA, controlaban más del 80 % de la producción de diarios publica-

dos en la capital Santiago y en las provincias con un número de ejemplares vendidos en los días de semana superior al medio millón de unidades.

La prensa de izquierda estaba compuesta por el vocero oficial del Partido Comunista, el diario El Siglo, y por el vespertino Ultima Hora, de tendencia socialista. A estos medios se les agregaban algunas revistas de carácter teórico-partidistas que en conjunto con los periódicos no alcanzaban un tiraje mayor de 50.000 ejemplares de venta. En este marco se da en Chile la primera parte del conflicto ideológico que duraría los tres años del gobierno de Salvador Allende. Es un momento en que los hechos políticos se suceden uno tras otro; los medios de comunicación de la burguesía, en especial la red El Mercurio, aterrorizan a la población con una posible corrida bancos, con el fin de las libertades democráticas, etc. apoyados ostensiblemente por el Ministro saliente de Economía del gobierno de Frei, Andrés Saldibar, quien magnifica la crisis económica del país convirtiéndose en "opinión autorizada" del fenómeno político. Los pocos medios de la unidad popular contraatacan explicitando las intenciones de la derecha sediciosa partidaria de un golpe de estado y al mismo tiempo que tratan de promover las contradicciones ideológicas entre la masa demócrata cristiana y el Partido Nacional exponente de la derecha económica del país. Es el momento del asesinato del General Schneider, Comandante en Jefe de las Fuerzas Armadas chilenas, en el cual tuviera parte la central de inteligencia americana, como se comprobara años más tarde. Sin embargo, los medios de comunicación de la Unidad Popular logran enfrentar victoriosamente esta primera etapa del conflicto.

"Este período muestra una movilización exitosa por parte de la Unidad Popular de todos sus recursos ideológicos para detener los esfuerzos de la burguesía económica por impedirle el acceso al poder y para conquistar el apoyo demócrata cristiano que hizo finalmente posible que tomara el gobierno. En este sentido pueda hablarse de un triunfo de la Unidad Popular, y de un fracaso de la línea sustentada por la fracción económica o monopolista de la burguesía. Esta línea de acción de El Mercurio y los grupos que lo sustentan se unía a los esfuerzos realizados antes de la elección en la llamada campaña del terror. Estrategia que tampoco resultó. Hasta ese momento había perdido al menos dos grandes batallas sin recibir el apoyo manifiesto de la burguesía política. Esta, en definitiva, se había dejado conquistar por la firme posición sustentada por la Unidad Popular..." [4].

La primera etapa había sido superada sin embargo - los medios de comunicación de la izquierda no tenían claridad sobre cuál sería el rol que la burguesía le adjudicaría a los medios de comunicación, cuando ella no es gobierno. Si bien es cierto,

[4]Las diferentes etapas de la primera parte del proceso a que hacemos mención en esta parte del trabajo han sido tomadas siguiendo los planteamientos del artículo "Etapas y perspectivas de la lucha ideológica en Chile" de los autores Rafael Echeverría Fernando Castillo y Jorge Larraín en Cuadernos del CEREN Nº 13, Julio de 1972, pp. 114-152, Santiago, Chile.

que la derecha creía que la continuación de la campaña del terror podía ser fructífera, no es menos cierto, que a partir de este momento la estrategia cambia en forma radical.

La segunda etapa va desde noviembre del 70 a abril del 71. En este período el Gobierno Popular toma la ofensiva y los medios de comunicación de izquierda basan su estrategia en una serie de medidas de carácter económico-político que toma el Presidente Allende. Pasan a control del Estado una diversidad de empresas al mismo tiempo, que se intervienen los Bancos comerciales. Se aceleran las expropiaciones agrícolas y se presenta el Proyecto de Nacionalización del Cobre. La temática evidentemente favorece la estrategia ideológica de la izquierda, que se expresará en el mes de abril, en las elecciones de regidores donde la Unidad Popular logra una importante victoria.

Una de las críticas más fuertes que recibió el aparato de comunicación de la izquierda estaba precisamente en relación con este problema. Su incapacidad de vertebrar una estrategia informativa coherente sobre temáticas nuevas. Se ha sostenido y no sin razón, que los medios de comunicación de la izquierda sólo podían agitar las masas durante las campañas electorales, pero no eran capaces de movilizar a la clase trabajadora en torno a las reformas estructurales que propiciaba el Gobierno Popular.

Entretanto, a estas alturas, la Democracia Cristiana ha reforzado su equipo de comunicaciones, poniendo en marcha un matutino, el diario La Prensa, que se convertirá en el órgano oficial del PDC. Por su parte, la cadena El Mercurio, plantea su estrategia en torno a tres grandes temas:

a) La propiedad privada y los intereses de la clase media

b) La defensa de la institucionalidad y de la legalidad y,

c) La necesidad de formar un bloque único de oposición con la Democracia Cristiana.

Los medios de comunicación de la derecha comienzan la búsqueda de nuevas estrategias políticas, aun cuando en el momento están en retirada.

"...toda esta etapa es marcada por el signo de la gran ofensiva de cambios que ha iniciado la Unidad Popular y por la debilidad que presentan en su defensa las dos fracciones de la burguesía, todavía dividida y con conflictos internos. Cada frac-

ción sigue sus líneas propias de defensa, la Democracia Cristiana acentuando la defensa de funcionarios y profesionales públicos en un intento por mantener su esfera de influencia institucional, la derecha monopólica acentuando la defensa de la propiedad y la legalidad que la sustenta..." [5]

La Contraofensiva ideológica de la Derecha

La tercera etapa, está caracterizada por una fuerte ofensiva ideológica de la derecha. Es el momento del asesinato del ex Ministro del Interior de la Democracia Cristiana, Edmundo Pérez Zujovic, y la prensa conservadora lo aprovecha hasta sus últimas consecuencias tratando de vincular a la Unidad Popular con los grupos extremistas de la VOP. El tema de la violencia predomina en casi todos los titulares de esta etapa, que culminará con el triunfo electoral de la Democracia Cristiana en Valparaíso en el mes de julio. Por medio de la utilización del tema de la violencia el Partido Nacional trata de acercarse a la Democracia Cristiana al mismo tiempo, que redobla sus esfuerzos por la defensa de sus intereses industriales. Mientras tanto, la izquierda trata de salir del marco de una temática impuesta, denunciando el "contubernio demócrata cristiano-nacional" e impulsa las campañas del trabajo voluntario y la producción. Hay una serie de procesos que continúan aceleradamente; al 24 de mayo se contabilizan 876 latifundios expropiados; seguían las requisiciones sobre todo de los textiles y se culmina con la aprobación de la Ley de la Nacionalización del Cobre. Sin embargo, la dinámica de la información estaba en manos de la derecha, que había impuesto una temática en torno a la violencia y los grupos armados:

"...no creemos que haya existido un marcado retroceso en la forma como la UP llevaba su combate ideológico. Sólo mantuvo sus mismos lineamientos que ya mostraban grandes debilidades en las etapas anteriores. Lo que sucedía era que pesaban menos ante la burguesía dividida y todavía desconcertada del comienzo, pero ahora, ante su contraofensiva, se hacían patentes y no posibilitaban una respuesta efectiva..." [6].

Un cuarto momento para el año 1971 lo constituyen los meses de agosto y septiembre. Es el instante posterior a la elección de Valparaíso; es cuando ocurren dos hechos políticos de importancia: la ruptura del Partido Radical y la creación del PIR, y al mismo tiempo el nacimiento de la Izquierda Cristiana. Es un momento difícil para la izquierda, ya que el Partido Nacional aparece triunfante en la medida que va logrando consolidar posición para una alianza DC-PN. La derecha continúa manejando la temática informativa y aprovecha el momento político para apoyar a los sectores más reaccionarios de la DC que impulsan la extensión a provincias del Ca-

[5]Ibid.
[6]Ibid.

nal 13 de TV de la Universidad Católica. Paralelamente, se producen enfrentamientos contra el Mercurio y la UPI. Entretanto la izquierda que ha puesto en marcha hace algún tiempo el matutino, Puro-Chile, no reacciona ante la ofensiva de la derecha. Puro-Chile llena sus titulares con problemas policiales sobre crímenes y sexo. Es también el momento en que la izquierda trata de vincular al ex-Presidente Eduardo Frei, en un escándalo financiero, al mismo tiempo que La Prensa anuncia que el "PDC revisará su línea política".

El próximo momento de la lucha ideológica se da entre los meses de octubre a enero. Estos meses están marcados por una gran ofensiva conjunta DC-PN, que se unirán para enfrentar la elección de O'Higgins, Colchagua y Linares y que culminará con la "marcha de las cacerolas", el primero de diciembre.

Son varios los hechos que se suceden en el ámbito de las comunicaciones. Por una parte, se explícita la campaña en favor de la Empresa de Papeles y Cartones y se crea un "Fondo de la Libertad", para impedir que las acciones del monopolio sean vendidas al Estado y la Empresa pase al Area Social. Otro hecho significativo es la pérdida de la izquierda en las elecciones del Canal 7 Televisión Nacional de Chile. La DC continúa controlando el sindicato de trabajadores. Paralelamente, en la Universidad de Chile, la derecha ha iniciado una ofensiva en contra de los trabajadores del Canal 9, al mismo tiempo que desencadena un conflicto en la Escuela de Derecho. Estos conflictos son encadenados inmediatamente para criticar las acciones "ilegales e ilegítimas" del Gobierno. Pero es quizás en torno a la constitución del Area Social donde la derecha ataca más fuertemente. Solo casi un año más tarde, se sabrá la verdad de cómo la derecha y en especial la Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA) había actuado en ese momento, cuando la Democracia Cristiana aparentemente tomando la iniciativa en las acciones políticas, presentó un Proyecto de Ley al Congreso sobre Area Social. Es en este instante cuando la SOFOFA, pagó una de sus tantas campañas publicitarias de boicot y sabotaje. En esta oportunidad, mientras se discutía en el Congreso el Area de Propiedad Social, la empresa publicitaria Cruz y del Solar elaboraba una de las campañas más completas de desprestigio del Gobierno Popular. Parte del informe que presentaron a sus clientes decía así:

"...EI eje publicitario para ambos tramos de la campaña o para ambas campañas tendrá forzosamente que ser la coartación de la libertad de trabajo, de la libertad de elegir, rechazar o cambiar de trabajo, etc. Alrededor de este eje, fundamentalmente la defensa del sistema democrático y pluralista, girará el enfoque total de la campaña en sus dos tramos, derivando los mensajes hacia el desenmascaramiento de las verdaderas intenciones del Gobierno en el orden económico político. Pondremos de manifiesto, por ejemplo, que la conservación formal de un área privada formada por medianos y pequeños industriales, prometida por el Gobierno, no es más

que un eufemismo, por cuanto la mayoría de las pequeñas industrias o empresas dependen en cierto modo de otras más grandes, ya sirviendo como proveedores, distribuidores y otro tipo de relación que les pondría a la postre, de todas maneras, bajo el control indirecto del Estado. Otra dirección del enfoque será, por eso, hacia las madres de familia que han sacrificado gran parte de sus vidas para dar una preparación a sus hijos, a fin de hacer de ellos eficientes profesionales libres o trabajadores de mérito y que ahora, bajo la férula estatal sólo tendrán la alternativa de ser empleados públicos o cesantes..."

Y agregaban en relación a la "persuasión" que se debía usar con respecto a los trabajadores del sector industrial:

"..En resumen: la persuasión está orientada a crear, en los trabajadores del sector una sólida oposición a los afanes estatistas del Gobierno, para lo cual será necesario:

1. Demoler la imagen del patrón-Estado.

2. Impulsar el deseo de concretar la integración de las empresas, incentivando el sentido de "propiedad" de los trabajadores (sentido que muy bien han revelado los campesinos, pero que en los trabajadores industriales es todavía por razones obvias, demasiado débil)..."

En cuanto a la estrategia de medios y formas publicitarias recomendaban abiertamente la radio y los canales de TV, al mismo tiempo que puntualizaban algunos otros aspectos de suma importancia para los publicistas:

"...Antes de entrar de lleno a nuestras recomendaciones al respecto, debemos puntualizar, que por lo general, cuando se trata de campañas como éstas, de gran aliento, de interés nacional, de importancia capital conviene realizar un "estudio de mercado" como medida previa para evaluar opiniones, conceptos, ideas del público, etc., pero en este caso aun cuando nos inclinamos por insistir en la necesidad de realizar tal encuesta, no deberemos concebirla como previa, sino como un "Check-control" durante el desarrollo de la campaña, porque su preparación y concreción lleva un tiempo que para los efectos que perseguimos, es precioso. La campaña debe comenzar YA, de inmediato para presentar ante la opinión pública y ante el Gobierno una imagen cohesionada que lo obligue a "salir de atrás a defenderse..." [7]

Entretanto, acontece la visita de Fidel Castro. La izquierda se vuelca a las calles a escuchar un planteamiento político revitalizador. De Norte a Sur, el pueblo se moviliza y hay momentos en que el ejemplo cubano se hace sentir fuertemente. Pero la derecha no pierde su tiempo. Continúa agitando los problemas contingentes; el desabastecimiento, la especulación, la inflación, etc., son sus temas predilectos. No olvidan a Fidel y se "procura cualquiera sea la forma de banalizarlo, restarle autoridad, desprestigiarlo y tergiversarlo". El golpe más violento de la ofensiva derechista vendrá un poco más adelante; "la marcha de las cacerolas" le quita las calles a la

[7] José Cayuela "Muerte al Area Social. El Plan Publicitario que pagó la SOFOFA en revista Chile-Hoy, Año II, Nº 55 del 5 de Julio de 1973.

izquierda que no ha podido impedir la consolidación de un frente único de oposición. Los siguientes meses de enero a marzo de 1972, sin embargo, representan un esfuerzo importante de la Unidad Popular por recobrar la capacidad ofensiva y por delimitar una estrategia política viable. Dos hechos distinguen este período. Uno, la reunión de los Partidos de la Unidad Popular y el Presidente de la República, para la elaboración de un documento llamado "Acuerdos del Arrayán" de carácter eminentemente autocrítico, y dos: la publicación realizada en los Estados Unidos por el periodista Jack Anderson de los documentos secretos de la ITT. Es un momento que la Unidad Popular podría haber aprovechado para la movilización masiva, pero no es capaz desde un punto de vista orgánico de implementar la discusión al nivel de base de la estrategia política a seguir, la discusión ideológica al nivel de la superestructura y las notorias diferencias en materia de conducción política han producido desconcierto y confusión en la base. La derecha aprovecha el momento y a partir del 11 de marzo, cuando regresa de Cuba el Director de Investigaciones, Eduardo Paredes, organiza una enorme campaña conocida como la "de los bultos cubanos". Nuevamente el tema de los grupos armados y la violencia marxista aparece en los titulares. Algunos meses más adelante, en mayo, se desata la ofensiva contra las organizaciones campesinas. El Poder Judicial evidentemente coludido con la derecha ordena la detención de 41 campesinos en la zona de Melipilla. Los medios de comunicación de izquierda responden atacando a los jueces corruptos y la campana nuevamente es aprovechada por la cadena El Mercurio para plantear la "ilegitimidad" del Gobierno Popular. En los próximos meses la bandera de la "resistencia civil", será enarbolada por la derecha para culminar su campaña en una de las mayores ofensivas en contra del gobierno de Salvador Allende. El paro patronal de octubre constituye el ejemplo más significativo de la implementación práctica de la estrategia ideológica sostenida por la derecha.

"...El ciudadano común asistió a la pequeña crisis de los medios de comunicación: como nunca fue espectador de una serie de acontecimientos nucleados en torno a la fabricación de la noticia. Los medios de comunicación habitualmente concebidos como soportes transparentes de la información, pasaron a constituirse en personajes de la crisis: trece días de cadena radial de la OIR (Oficina de Información de la Presidencia de la República) ediciones extras de La Prensa y El Siglo, el alargamiento de Teletrece (espacio informativo nocturno del Canal 13 de TV de la Universidad Católica) hasta el inusitado récord de dos horas de duración, la sugestiva inclusión de noticias de último momento en medio de la teleserie de espionaje de más rating, "Misión Imposible", el descuelgue de la cadena de la OIR, por parte de radios de la oposición y los "shows" montados en el barrio alto para celebrar esta "gesta libertaria", el show de los bonos de financiamiento montados por Canal 13, llamando a la ciudadanía para contribuir a la misión posiblemente "divina" de extender a las provincias sus programas favoritos, seleccionados con objetividad, respeto y ecuanimidad..."[8]

[8]Michele Mattelart y Mabel Piccini. "La Prensa Burguesa, no será más que un tigre de papel? Los medios de comunicación de oposición durante la crisis de octubre de 1972".

Durante este mes los medios de comunicación de la derecha y la izquierda ponen en juego todo el potencial ideológico de que son capaces. Es quizás, históricamente, la síntesis de la lucha ideológica en torno a los medios. La derecha ha cambiado radicalmente su estrategia informativa, ya no se trata de campañas aisladas como pudieron haber sido sus anteriores acciones de sabotaje y boicot. En la izquierda un análisis de la situación política descubre varias instancias de la estrategia informativa seguida por la derecha.

Primero: absoluta solidaridad de todo el frente informativo. Los medios de comunicación de la DC y PN actúan conjuntamente en una tarea de agitación, publicidad y encuadre conceptual del paro de los dueños de camiones y los comerciantes; Segundo: abierto contubernio entre el frente informativo de la derecha y el Poder Judicial que dictamina que las cadenas de la OIR son inconstitucionales; Tercero: los medios de comunicación de la derecha manejan una capacidad de infraestructura económica proveniente del exterior. No hay límite en materia de gastos de producción de la noticia; y Cuarto: en materia de selección informativa, la derecha logra institucionalizar a los actores del proceso. Ya no se trata de "modestos comerciantes perseguidos" sino que son el gremio de los comerciantes y transportistas.

Por otro lado, la correlación de fuerzas en cuanto a propiedad de los medios en este instante continúa siendo desfavorable para la izquierda a pesar de que se ha logrado control sobre la Empresa Zig Zag (Editorial Nacional Quimantú), que se ha comprado Radio Corporación y que están en circulación el importante semanario Chile-Hoy y el diario Puro Chile.

"...Los seis diarios de circulación nacional editados por la derecha son comprados diariamente por 540.000 personas en tanto que... 312.000 adquieren los cinco periódicos de izquierda. La derecha controla 41 de los 61 periódicos que se publican en provincias mientras las fuerzas populares pueden reivindicar el control sobre sólo 11 ... De 155 radio-emisoras de onda larga, 115 pertenecen a la oposición y en consecuencia la izquierda tiene influencia variada sólo en 40..." [9]

Sin embargo, a pesar de esta desfavorable correlación, el problema del qué hacer con los medios en poder de la izquierda, es una cuestión dramática de mayor prioridad que la tenencia misma de ellos. La derecha ha sido capaz de implementar estrategias en comunicaciones a todo nivel y sostener una línea gubernamental de lo que se vislumbra como un fuerte "embrión" de poder contrarrevolucionario. Los meses siguientes, los primeros del año 1973, darán paso a una nueva ofensiva ideo-

Plan Publicitario que pagó la SOFOFA" en 1972". Cuadernos del CEREN, Nº 16, Abril 1973, pp. 250-262. Santiago, Chile.

[9] **Ibid.** También puede verse: "Enfrentamiento desigual en la Radio". Revista Chile Hoy, Nº 18.

lógica de la derecha. En esta oportunidad se trata del caso de la Escuela Nacional Unificada.

"... Los meses de marzo a mayo (1973) del año en curso, quedaron marcados en Chile como período de invocación ideológica de "principios" y "valores" educativos con que la reacción buscó en cubrir los reales propósitos políticos de sus asonadas callejeras en torno a lo ENU. La consolidación de la base electoral del gobierno de la Unidad Popular en las elecciones del 4 de marzo, había sido una frustración demasiado dura para la derecha como para dejar de aprovechar el primer pretexto para una demostración de fuerza. Fue así, que el informe sobre la ENU sirvió de detonante ideológico de un proceso político cuya cuestión de fondo no fue en ningún momento la ENU misma, sino el crudo y omnímodo enfrentamiento político entre las fuerzas de la oposición y las que apoyan al Gobierno ..." [10]

Los hechos posteriores, el "tanquetazo" del 29 de junio, un ensayo golpista, el paro de los mineros de julio y agosto, y finalmente la proclamación por parte de la derecha en el Parlamento de la "quiebra del Estado de Derecho" son actos políticos que los medios de comunicación de la oposición aprovechan hasta el último segundo. Los llamados a la sedición y al golpe de Estado, son una cuestión normal. Canal 9 de TV, a punto de ser desalojado amplía sus transmisiones hasta horas inusitadas de la madrugada. Los estudios se llenan de pobladores y de obreros que repudian la conspiración y los llamados al golpe de estado. En las calles, la izquierda reúne el 4 de Septiembre de 1973, la mayor concentración de trabajadores que celebran el triunfo del Gobierno Popular del año 1970. Pocos días más tarde, el golpe de estado interrumpe el inicio de un proyecto político liberador.

ALGUNAS NOTAS FINALES

La amplia gama de problemas que plantea la experiencia chilena en el área de las comunicaciones y específicamente en lo relativo al conflicto ideológico en torno a los medios, no puede generalizarse para el resto de América Latina sino en la medida que las situaciones históricas tengan algún nivel de coincidencia. Efectivamente, se trata de una experiencia particular en un momento histórico determinado. Pero, sin embargo, algunos problemas se hacen presente cuando los sectores progresistas logran alcanzar importantes niveles de desarrollo político.

Desde este punto de vista y quizás como problema central, el desarrollo de una prensa popular que promueva la ampliación de los canales de participación social colaborando con la educación política del sector laboral se presenta como una necesidad histórica sin la cual las fuerzas populares no pueden pensar en absoluto en

[10]Hugo Assmann. "Proceso Ideológico y Proceso Político. El caso revelador de la Escuela Nacional Unificada en Chile", Revista Comunicación y Cultura Nº 1 de Julio de 1973. Buenos Aires-Santiago de Chile, pp. 49-73.

participaren un debate ideológico. Se trata de una prensa que promueve una alternativa de poder democrático sobre la base de la alianza de los trabajadores, de las capas medias e incluso de pequeños y medianos empresarios comprometidos con las reformas básicas y estructurales de una sociedad. Requiere un amplio nivel de participación en la generación de los mensajes en especial de los trabajadores de la información en las decisiones sobre contenidos y tratamiento de la información.

La experiencia chilena abrió indudablemente, en el área de las comunicaciones, canales de participación, el grado de amplitud de los mismos e incluso el tipo de mensajes generados por la prensa popular, puede ser cuestionable, pero el intento de buscar la participación de los trabajadores en el medio, sí existió. Pero, hacer coincidir la participación y el conflicto ideológico coyuntural, en el caso chileno representado en la defensa de las medidas del Gobierno Popular, no es tarea fácil. La mayor parte de energías se consume en la articulación de una respuesta coherente frente a los ataques de la burguesía. De ahí, que uno de los problemas fundamentales de la prensa popular, radica en la capacidad de ir estructurado a mediano y largo plazos, en las fuerzas populares, una conciencia ideológica sólida, que permita en los enfrentamientos decisivos, claridad en la argumentación, movilización activa y una respuesta definitiva.

Referencias

*Vieweg, Klaus; Walter, Willy, CASA DA LAS AMERICAS. 77 - 1970; Cambios en la Estructura de la Información de la Prensa Imperialista.

*Anónimo, POLITICA Y ESPIRITU. XXV, 317. p48-56 - Santiago, Chile. 1972; Programa básica de Gobierno de la Unidad Popular.

*Echeverría, Rafael; Castillo, Fernando; Larrain, Jorge, CUADERNOS DEL CEREN. 13. p114-152 - 1973; Etapas y perspectivas de la lucha ideológica en Chile.

*Cayuela, José, CHILE-HOY. 11, 55 - Santiago, Chile. 1973; Muerte al Area Social.

*Mattelart, Michele; Piccini, Mabel, CUADERNOS DEL CEREN. 16. p250-262 - Buenos Aires; Santiago de Chile. 1973; La Prensa Burguesa, no será más que un tigre de papel? Los medios de comunicación de oposición durante la crisis de octubre de 1972.

*Anónimo, REVISTA CHILE HOY. 18 - Enfrentamiento desigual en la Radio.

*Assmann, Hugo, REVISTA COMUNICACION Y CULTURA. 1. p49-73 - Proceso Ideológico y Proceso Político. El caso revelador de la Escuela Nacional Unificada en Chile.