



La histeria de la prensa fascista ante las diversas medidas del Gobierno de la Unidad Popular encontraban su justificación objetiva en las severas páginas de «El Mercurio». No es de extrañar que inmediatamente después del golpe, los militares fascistas decidiesen permitir la venta de ese poderosísimo aliado.

CHILE

LOS MEDIOS DE COMUNICACION Y LA CAIDA DE LA UNIDAD POPULAR

TRAS la victoria en las urnas de una coalición de izquierdas, la derecha chilena se encontró ante la paradójica situación de que el aparato legal se le había sublevado, por así decirlo, despojándola de la mayoría electoral, que desde siempre le había servido para manipular e invocar en su ayuda a la «opinión pública». Por primera vez este concepto se revelaba inútil, y la burguesía, sus órganos de expresión, se enfrentaban a la necesidad de variar toda una cobertura terminológica que se le volvía hostil. «En Chile, en cambio, la alternativa que escogió la burguesía para destruir las pretensiones del proletariado fue tratar de derrumbar el concepto de *pueblo*, patrimonio de las fuerzas de la izquierda» (1). Vaciar de contenido de clase el concepto *pueblo*, convertirlo en un conjunto heterogéneo, en una confusa clase media, para de esta

forma, una vez redefinido, enfrentarlo a la concepción manejada por las fuerzas progresivas. De esta forma se pretendía legitimar retóricamente, una vez más, la usurpación del derecho a decidir por sí mismas a amplias capas de la sociedad chilena. La ofensiva ideológica de la burguesía chilena ofrecía una vertebración que A. Mattelart refleja con acierto: «1. Obstruccionis-

talecimiento y formación de alianzas al nivel de la clase dominante, al nivel de las organizaciones empresariales como al nivel de las organizaciones políticas de derecha. 4. Creación de una campaña internacional contra el Gobierno UP, campañas de prensa, desprestigio a nivel de los organismos internacionales y utilizando personeros extranjeros. Por último, en cuanto al terrorismo,

objetividad informativa, por encima de polémicas ideológicas, al margen de cualquier sectarismo. Y aparentemente así puede parecerlo: El diario santiagués «parece» haber desterrado de sus páginas toda huella de ideología, es el paradigma del periódico burgués que afirma atenerse a los hechos y exclusivamente a ellos. Pero esta «imagen» se deteriora bastante si del campo de los «principios» pasamos al de los hechos concretos. La tan celebrada objetividad aparece, tras un mínimo análisis, como la banalización sistemática de lo cotidiano, su aislamiento del complejo sistema de relaciones sociales que permiten explicarlo. Las fuentes de información aparecen polarizadas alrededor de agencias (Associated Press, United Press International) capitalistas. La pretendida desideologización se presenta como simple carencia de una ideología coherente que se intenta obviar decretando la muerte universal de toda ideología. «El Mercurio»,

mo a medidas del Gobierno, sea en el plano económico, en el plano legislativo o en el plano de partidos políticos. 2. Fomento de las contradicciones, en o con las fuerzas de cambio, entre Gobierno y otros poderes públicos, entre diferentes partidos de la coalición, entre los estratos populares, entre los estratos medios, entre la Unidad Popular y la izquierda extraparlamentaria, entre Chile y el exterior. 3. For-

adelantaba la posibilidad de su existencia, introduciéndolo como factor revulsivo permanente» (2).

Por supuesto, esta ofensiva ideológica sería encabezada por el «líder» de la prensa chilena, «El Mercurio», de Santiago. La burguesía chilena se esfuerza por ofrecer una imagen de este diario como el gran bastión de la

(1) A. Mattelart y R. Broossain, «Cómo la burguesía traicionó a la opinión pública», «Chile Hoy», núm. 21.

(2) A. Mattelart, «Hacia una cultura de la movilización cotidiana?», «CEREN», núm. 10.

Javier Echenagusia

despojados de sus atributos mitológicos, se revela como el armamento pesado de la burguesía en el específico campo de la información y en el marco de una división racional del trabajo a realizar. La historia de la prensa fascista («La Tribuna», «La Segunda», «Qué Pasa», «Patria y Libertad», «La Tercera», etcétera), ante las diversas medidas del Gobierno de Unidad Popular, encontraba su justificación objetiva en las severas páginas del diario de los Edwards. No es de extrañar que los militares fascistas, inmediatamente después del golpe, hayan decidido permitir la venta de este poderosísimo aliado.

Ilustrativo de lo que acabamos de afirmar es el modo concreto con que la prensa derechista enfocaba algunos acontecimientos fundamentales, como pueden ser la huelga de «El Teniente», el paro patronal de octubre del 72, las elecciones de marzo del 73 o la denominada «manifestación de las cacerolas». En todos estos casos, elegidos entre otros muchos, los medios de comunicación vinculados al gran capital se esforzaron en crear un clima de histeria colectiva alrededor de sucesos provocados por la misma burguesía. La manipulación consistía en una hábil extrapolación de los acontecimientos, que, urdidos por la clase dominante para barrenar la posible estabilidad de la UP, eran presentados como «reacciones de la parte más sana de la sociedad ante el avance del cáncer marxista». La aristocracia obrera de «El Teniente», como la avanzada de la clase obrera; las mujeres del barrio alto de Santiago, como exponente de las amas de casa chilenas. La tergiversación es ejemplar en el caso de las elecciones de marzo, en las que la burguesía chilena quemaba sus últimos cartuchos electoralistas. Con anterioridad a su celebración fueron presentadas como una suerte de plebiscito que habría de sellar la inevitable caída de la dictadura allendista. Tras el resultado de éstas, netamente favorable a la Unidad Popular, se minimizó el resultado, a la vez que cada vez más abiertamente convocaban a la insurrección inicialmente y al levantamiento militar con posterioridad.

«En los momentos en que en el mundo se está operando uno de los más grandes reajustes políticos —la liberación de los continentes colonizados—, la diseminación de noticias y opiniones se coloca en un lugar preponderante y estratégico. Los medios de información en las regiones capitalistas tienden a impresionar más que a convencer, a sugerir más que a explicar. Se aplican reglas de tremenda efectividad. El enemigo se simplifica, es uno solo: el que se opone al régimen capitalista. Y los medios de información se dirigen a infundir esperanzas sobre el sistema imperante u odio contra el ad-

versario. Las noticias se distorsionan y se desfiguran. Se entregan elaboradas con una exagerada dosis de propaganda. Una o dos ideas básicas se repiten para todos los órganos de información. La prensa, en general, obedece ciegamente las instrucciones impartidas por los grupos económicos dominantes. El periodista se convierte en un instrumento, la mayoría de las veces servil, de ese gigantesco aparato que controla la vida de una nación o de un continente» (3). El capital monopolista pretende de esta forma sustituir los viejos procedimientos —siempre y cuando esto sea posible— por la eficacia incruenta de la propaganda. Convencer a los pueblos colonizados que viven en el mejor de los mundos posibles es, sin ninguna duda, la aspiración natural de toda metrópoli imperialista. La imposibilidad de este sueño tecnocrático es otra cuestión, de la que no

(3) Elmo Catalán, «La propaganda, instrumento de presión política». «Cine Cubano» 69/70.

podemos ocuparnos aquí. Lo esencial para nuestro objeto de estudio es analizar los procedimientos de que se vale el imperialismo para difundir su propia imagen idealizada, para ocultar, en definitiva, el carácter de explotación capitalista que configura las relaciones entre la metrópoli y la colonia.

La burguesía nacional, cuyos intereses concuerdan totalmente con los del imperialismo, participa en el juego proporcionando la cobertura imprescindible; los contenidos ideológicos son servidos como «productos nacionales». Sin embargo, el desenmascaramiento es relativamente fácil; por ejemplo, un mínimo análisis de los intereses que se encuentran detrás del consorcio periodístico de «El Mercurio» nos revela datos fundamentales. En primer lugar, la estrecha dependencia de su presidente, Agustín Edwards, con el clan Rockefeller a través de la Pepsicola Co. —de la que es presidente— y de la International Basic Economy Chi-

lena, organismo utilizado por el citado grupo para comprar acciones en múltiples empresas chilenas, y que representa, por tanto, uno de los principales instrumentos de penetración económica en el país. Por otra parte, la Hearst Corp., el segundo monopolio informativo norteamericano, tras Scripps-Howard (junto con la que es copropietario de la agencia United Press International), está estrechamente ligada con la Editorial Lord Cochrane, del mismo grupo Edwards. La independencia, base de la tan manejada objetividad de «El Mercurio», se encuentra cuando menos en entredicho.

De igual forma, Agustín Edwards ha sido hasta hace poco tiempo presidente de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), fundada en La Habana en 1942 con el propósito evidente de unificar eficazmente los esfuerzos de los órganos de expresión de las diferentes oligarquías nacionales (destaca su activa participación en el golpe militar que derrocó a João Goulart en Brasil). En el seno de este organismo imperialista se dan cita los hombres de Hearst Corp., Scripps-Howard, Times Mirror, Braniff, individuos como Pedro Beltrán, Madrigal Nieto o el ex Presidente colombiano Alberto Lleras, actual peón de los intereses de Rockefeller en Latinoamérica. Durante el período Allende, la SIP vivió preocupada por Chile, hasta el punto de convocar su reunión anual de 1972 en el hotel Sheraton, de Santiago, propiedad de la ITT. Desde aquí, los representantes del capital monopolista lanzaron durante algunos días sus anatemas contra el control gubernamental, que «amenazaba con ahogar la libertad de expresión en Chile», mientras por otro lado se afanaban en alimentar el mito del «milagro brasileño» como ejemplo de desarrollo independiente en América Latina.

Algunos datos nos permiten medir el alcance real de este control imperialista. Por ejemplo, el 72 por 100 de las noticias de la «gran prensa» latinoamericana son servidas por la United Press International y la Associated Press; concretando para Chile, el análisis de nueve grandes diarios durante una semana dio un total de 1.238 noticias servidas por agencias del «bloque occidental» (605 de ellas, USA), mientras que tan sólo 102 lo eran por agencias del «bloque socialista» (98 de ellas, en «El Siglo», diario del PC Chileno). En lo que respecta a la radio, en Radio Minería, la Esso Standard Oil financiaba el «Reporter Esso», mientras que la Anaconda Copper Mining hacía lo mismo con el «Noticiero Anaconda». En Radio Cooperativo Vitalicia, la General Tire and Rubber Co. financiaba el «Noticiero Insa»; en Radio Agricultura, la RCA costeaba noticias cada hora, y John Deere, a través de Gildemeister, S. A., los

Edición Internacional **EL MERCURIO** Fundado en Valparaíso, Chile, el 22 de septiembre de 1827

Minería del Cobre Alcanzará Hoy Meta de 500.000 Toneladas **Tropas a Pie en La Parada Militar**

JAPONESES FUGAN SITUACIÓN CHILENA

Intervención de Nuevo Ministro de la C. Suprema

El Artículo Trece del Convenio Perú-Aeroflot

Chile Acatará Mayoría en OEA En Caso de Cuba

Aeroflot Abrió Ruta Moscú-Lima

General Pinochet Envío Mensaje a Luis Echeverría

110 Millones de Escala Única Dólares Vendidos Al Banco Central

Reubicados 200 Mil Funcionarios

En Diciembre Terminarán Trabajos

Circuito de Televisión Tendrá Túnel "Lo Prado"

La Fragata "Condell" Arribó a Magallanes

Banda Militar Canta Semana O'Higgins

11 de Septiembre **Día de Trabajo y Celebración Popular**

La tan cacareada objetividad del diario de los Edwards aparece, tras un mínimo análisis, como la banalización sistemática de lo cotidiano, su aislamiento del complejo sistema de relaciones sociales que permiten explicarlo.

hacia con el programa «Panorama», etcétera (4).

Otro instrumento de penetración ideológica es el United States Information Services (USIS), creado con «el propósito de proporcionar evidencia a los pueblos de otras naciones, por los medios de comunicación, que los objetivos y la política de Estados Unidos están en armonía con su progreso y sus legítimas aspiraciones hacia la libertad, el progreso y la paz (5). Bajo el Gobierno de Frei, el USIS, dirigido por J. R. Echols, producía ocho programas radiofónicos semanales, en especial «Ha ocurrido esta semana», de treinta minutos de duración, emitido por siete emisoras de Santiago y cuarenta de provincias. Igualmente, los «comics» resultaban un excelente instrumento de colonización de la imaginación infantil. Los productos de Walt Disney, Warner Bros., Hanna Barbera y demás grandes productoras invaden el mercado chileno sin posible competencia real.

Como punto final es interesante ver la forma concreta en que funciona el complejo grandes corporaciones internacionales-monopolios chilenos-medios de comunicación de masas. El ejemplo elegido es clarificador, por cuanto afecta a un problema en el que convergían los intereses de todos estos grupos: El plan de nacionalizaciones de Unidad Popular, la denominada área social de la economía. Los datos pertenecen a la Agencia de Publicidad Cruz Solar, con relación a la campaña publicitaria financiada por la Compañía Manufacturera de Papeles y Cartones (CMPC) y la Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA). La primera habría invertido en total 2.032.013 escudos, y la segunda, 9.539.951. El plan de financiación abarcaba todos los medios de información (prensa, radio, televisión, cine, carteles, folletos, etcétera), incluyendo significativos apartados destinados a pagar los servicios de periodistas de «El Mercurio», «La Tercera», «Tribuna», «¿Qué Pasa?», etcétera. Por supuesto, la consigna era «demostrar» por todos los medios posibles la inviabilidad del plan de nacionalizaciones (6).

Los grandes monopolios informativos chilenos

El soporte real de esta capacidad de manipulación se encuentra en el control monopolístico que el gran capital ejerce sobre los medios de producción de información. El repaso de accionistas y directivos de las empresas informativas se convierte en la nómina del escaso número de fami-

(4) Elmo Catalán, «La propaganda, instrumento de presión política». (Son datos anteriores a 1970.)

(5) Hernán Uribe, «La desinformación, industria imperialista». «Trascontinentales», núm. 15.

(6) José Cayuela, «Muerte al área social!». «Chile Hoy», núm. 57.



El cadáver de una de las numerosas víctimas civiles que se produjeron en las calles de Santiago a raíz del golpe de la Junta Militar, aparece tendido en el suelo, cubierto con hojas de periódicos de aquel día.

Cuadro I

Grupo Edwards

| | |
|--|--------------------|
| 1. EMPRESA EL MERCURIO S. A. P. | |
| DIARIOS DE SANTIAGO | |
| «El Mercurio de Santiago» | 126.000 ejemplares |
| «La Segunda» | 55.000 » |
| «Las Últimas Noticias» | 81.000 » |
| 2. SOCIEDAD CHILENA DE PUBLICACIONES Y COMERCIO, S. A. | |
| DIARIOS DE PROVINCIAS | |
| «El Mercurio de Antofagasta» (*) | 12.000 ejemplares |
| «La Estrella del Norte» (*) | 13.000 » |
| «El Mercurio de Calama» (*) | — — |
| «La Estrella de Iquique» | — — |
| «La Prensa de Tocopilla» (*) | 3.000 » |
| 3. EDITORIAL LORD COCHRANE | |
| REVISTAS FEMENINAS | |
| «Paula» | 70.000 ejemplares |
| «Vanidades Continental» | 66.000 » |
| SEMANARIOS DEL CORAZON | |
| «Cine-Amor» (*) | 55.000 ejemplares |
| «Corin-Tellado» (*) | 35.000 » |
| SEMANARIOS JUVENILES | |
| «Ritmo» | 113.000 ejemplares |
| «El Musiquero» (*) | 40.000 » |
| PORNOGRAFICA | |
| «Pinguinos» (*) | 35.000 ejemplares |
| REVISTA INFANTIL | |
| «Mampato» | 120.000 ejemplares |
| COMICS | |
| «Gato Félix», «Henry», «El Recluta», «Rey de la Policía Montada», «Mandrake», «Jim de la Selva», «Flash Gordon», etcétera (tirada media semanal) (*) | 5.000 ejemplares |
| «Selecciones de Reader's Digest» (*) | 120.000 ejemplares |
| DOMINICAL | |
| «Revista del Domingo» (*) | 400.000 ejemplares |
| 4. ANDES ADVERTISING | |
| Agencia de publicidad que representa a 23 firmas comerciales. | |
| 5. RADIOS | |
| Radio Recreo. | |
| 6. SOCIEDAD ANONIMA RADIO AMARILLA | |
| Fabricación de tintas. | |

(*) Las tiradas de estas publicaciones están tomadas con anterioridad a la victoria electoral de la Unidad Popular.

Datos tomados de A. Mattelart, V. Vaccaro y Elmo Catalán.

lias que administran en Chile los intereses del capital foráneo. Aquí vamos a analizar algunos de estos conjuntos monopolísticos, los más representativos, y esbozar sus mutuas relaciones.

Sin ninguna duda, el cabeza de fila de los grandes monopolios informativos chilenos es el conglomerado formado por las empresas «El Mercurio», la Sociedad Chilena de Publicaciones y Comercio, S. A.; la Editorial Lord Cochrane, la Andes Advertising y las Radios Recreo y Corporación. De una u otra forma influye y controla el resto de los medios informativos, ya sea a través de publicidad, monopolio del papel (consume el 40 por 100), etcétera. Se encuentra directamente relacionado con los demás componentes de la burguesía monopolista: Méndez-Braun, Banco de Chile, Matte-Alessandri, Banco Español de Chile, Yarur (Banco de Crédito e Inversiones), etcétera. En el cuadro I se puede ver la capacidad difusora de este grupo editorial, el mayor, con mucho, del país. Más arriba ya hemos hablado de las vinculaciones de su presidente con el capital extranjero, lo que convierte a este grupo en una pieza importante en el complejo imperialista yanqui.

El caso de la Iglesia católica chilena es ejemplar en cuanto a la relación jerarquía católica-oligarquía financiera. Es interesante analizar los Consejos de Administración y las deudas de las diversas sociedades religiosas dedicadas al negocio de la información a la hora de entender estos vínculos y, por ejemplo, la reacción judicial de esta misma jerarquía ante el golpe militar. Es significativa, por ejemplo, la presencia de Sergio Torretti, presidente de la Cámara Chilena de la Construcción, en la vicepresidencia de DILAPSA; o la de Daniel Sotta Barros, presidente del Banco Osorno y la Unión, en esta misma presidencia. Por otra parte, el Banco de Chile y el Sudamericano, numerosas compañías de seguros, etcétera, aparecen sólidamente representadas. Esta interrelación entre la Iglesia y la oligarquía financiera está espléndidamente explicada en el siguiente texto, perteneciente al balance de 1958 de la Sociedad Periodística de Chile, propiedad del Arzobispado de Santiago: «Trabajó a pérdida los meses de agosto, septiembre, octubre y noviembre de 1958, de más de 22.500.000 dólares, producida por la restricción de las actividades en el período electoral. No omitió sacrificio alguno para sumarse a la cruzada de salvación nacional en que nos empeñamos. En la sociedad cooperaron el Banco de Chile, Banco de Crédito e Inversiones y Banco Español» (7). Por supuesto, la «cruzada de salvación nacional» consistía en impedir el triunfo de la candidatura de Allende en las

(7) Elmo Catalán, *ob. cit.*

elecciones de ese año. El poder de difusión del conglomerado controlado por este binomio Iglesia-burguesía monopolista viene reflejado en el cuadro II, al que habría que añadir el Canal 13 de la Universidad Católica.

La Sociedad Periodística del Sur (SOPESUR) es el tercer gran consorcio periodístico chileno, bajo cuyo control se encuentran gran parte de los grandes diarios de provincias (ver cuadro III). Pero, sobre todo, SOPESUR es un claro ejemplo de la interrelación entre las diferentes empresas chilenas ligadas al campo de la información. Examinando los diferentes Consejos de Administración, presidentes, gerentes, etcétera, de diferentes empresas (ver cuadro IV) de pequeña entidad —al margen, claro está, de SOPESUR—, pero fundamentales para el engranaje informativo, es fácil detectar la presencia de un limitado número de nombres que se repiten constantemente. Así, de acuerdo con el cuadro IV, vemos que cinco personas —Julio Serrano Lamas, José de Gregorio Aroca, Fernando Gómez Texeira, Raúl Paravich Wahler y Patricio Silva Echenique— se encuentran en cuatro o más empresas de las once estudiadas. Precizando aún más, se observa que Julio Serrano Lamas es presidente de SOPESUR; Héctor Fernández de Miguel, vicepresidente; José de Gregorio Aroca, gerente. La dependencia es aún mayor si vemos que la Corporación de Radio y Prensa Ltda. (de la que es socio José de Gregorio Aroca) y la Corporación de Radio y Prensa (CPA) (en la que se encuentran Julio Serrano Lamas y cuatro familiares suyos) participan como tales corporaciones en cuatro y dos, respectivamente, de las empresas citadas. Se teje así una espesa maraña que desemboca en el control de todas y cada una de las empresas privadas dedicadas a la producción de información, privatización que no les impide tener generosas deudas con el Estado, contraídas en la etapa «liberal» de Frei.

La red se extiende a niveles mucho más amplios a los reseñados con anterioridad. En el caso de COPESA (Consortio Periodístico de Chile, S. A.), propietaria del diario santiagués «La Tercera», nos encontramos con Luis Reyes Rojas, del grupo controlado por SOPESUR; con la Compañía de Aceros del Pacífico, controlada por el Grupo Edwards, de la que es director, al igual que de COPESA, Germán Picño, que nuevamente aparece junto con Agustín Edwards en el IBEC. Otro de los grandes grupos con intereses en el campo de la información es el Banco de Crédito e Inversiones, de los Yarur, que controla el Grupo Radio Presidente Balmaceda, Radio Minería, etcétera.

El círculo monopolístico que brevemente hemos intentado reseñar se cierra con el monopolio

del papel. La Compañía Manufacturera de Papeles y Cartones (CMPC) supone el 85 por 100 del capital invertido en el sector del papel, el 90 por 100 de la producción nacional de papel y celulosa y el 100 por 100 del consumo industrial y doméstico. Parece claro que quien está en condiciones de controlar esta gigantesca empresa está en disposición de poder estrangular cualquier medio informativo impreso mediante el sencillo expediente de entorpecer el suministro. Según «Punto Final», «la papelera aparece así como uno de los enclaves más firmes del monopolio internacional; casi podría decirse como el nudo gordiano en el cual confluyen los intereses de todos los grupos y subgrupos de la tradicional oligarquía financiera chilena (8). En efecto, en la CMPC se entrecruzan los intereses del clan Matte-Alessandri, de Laja-Crown, S. A. (subsidiaria de Crown Zellerbach International Inc., de California), del Banco Edwards, Banco de Chile, grupos latifundistas del

(8) Carlos Valleja, «La batalla del papel». «Punto Final», núm. 147.

Sur, etcétera. En teoría, las acciones se encuentran repartidas entre 14.000 accionistas, pero en la práctica, 29 accionistas del clan Matte-Alessandri (el 0,2 por ciento del total) controlaban con anterioridad al Gobierno de UP el 30 por 100 de las acciones, pudiendo afirmarse que el conjunto de alianzas reseñado anteriormente poseía no menos del 57 por ciento del total de las acciones del CMPC. Ante el decidido intento del Gobierno de UP de nacionalizar este monopolio papelero y neutralizar en este campo el poder de la oligarquía financiera, «El Mercurio» se amparaba en el ficticio número de accionistas, afirmando que «los periodistas que trabajaban en revistas, los escritores independientes, los estudiantes, trabajadores, vecinos y ciudadanos en general, que desean expresarse en la mayor libertad: todos ellos necesitan tener acceso seguro al papel». No le faltaban razones al diario santiagués para su ardiente defensa, en tanto que era uno de los principales clientes de la papelera y su deuda con ésta

ascendía a tres millones de escudos, a la vez que la deuda de ésta para con el Banco Edwards era de treinta millones de escudos.

La correlación de fuerzas

El panorama monopolístico que acabamos de describir conduce a una conclusión tajante: La burguesía chilena se hallaba antes y durante el período de la Unidad Popular en posesión de poderosos medios de información que la permitían manipular a su antojo el mercado informativo. Sin embargo, queda por ver cuáles son las fuerzas con que contaban los grupos de izquierda para plantear la lucha ideológica con un mínimo de probabilidades de éxito. En las líneas siguientes intentaremos, utilizando los datos disponibles, analizar la correlación de fuerzas entre proletariado y burguesía en Chile en el concreto campo de la información.

A) RADIO Y TELEVISION

En un país subdesarrollado como Chile, con un bajo índice de alfabetización, los medios de comunicación impresos se encuentran en una aplastante inferioridad, que multiplica la lógica ventaja de los medios audiovisuales. Este hecho indiscutible favorece totalmente a la burguesía, quien cuenta con mayores medios económicos para financiar los elevados costos que supone una emisora. Los grandes monopolios son particularmente generosos a la hora de subvencionar el apoyo ideológico de un canal de televisión o una emisora de radio. Una pequeña muestra de ello: En 1968, los capuchinos holandeses fundaban en San Juan de la Costa, con el respaldo económico de Philips, la emisora La Voz de la Costa, alquilando 3.000 receptores de radio entre los campesinos (todos estos aparatos eran de los denominados de «ondas cautivas», es decir, que tan sólo pueden sintonizar con una emisora determinada).

En 1971, la Comisión de Tenencia de los Medios de Comunicación de la Asamblea de los Trabajadores de la Comunicación apuntaba que de las 155 emisoras existentes en aquella fecha, 115 se encontraban en manos privadas y eran declaradamente hostiles a la política de la Unidad Popular, con la particularidad de que se trataba de las de mayor alcance nacional. Entre ellas se encontraban Radio Recreo y Radio Corporación —pertenecientes al grupo de «El Mercurio»; Radio Chilena, dependiente de la jerarquía eclesiástica; Radio Minería, controlada, entre otros, por la Anaconda y la Kennecott; Radio Presidente Balmaceda; Radio Cooperativa Vitalicia, vinculada, a través de la empresa propietaria (Sociedad Chilena de Comunicaciones, S. A.), a la Panamerican Broadcasting Co., etcétera. Fren-

Cuadro II
Grupo Iglesia Católica

| | |
|--|-------------------|
| 1. SOCIEDAD PERIODISTICA DE CHILE | |
| •El Diario Ilustrado. | |
| •El Diario Austral. | |
| •El Osorno. | |
| •La Libertad de Talca. | |
| •El Día de Talca. | |
| 2. RADIO CHILENA, S. A. | |
| 3. DISTRIBUIDORA LATINOAMERICANA DE PUBLICACIONES, S. A. | |
| REVISTAS DE INFORMACION GENERAL | |
| •Vea» | 90.000 ejemplares |
| •Ercilla» | 56.000 » |
| •Siete Días» (*) | 12.000 » |
| •Desfile» (*) | 10.000 » |
| •Algo Nuevo» (*) | 5.000 » |
| PORNOGRAFICA | |
| •Can-Can» | — |
| TERROR | |
| •Foto Suspense» | — |
| MODA FEMENINA | |
| •Eva» | 44.000 ejemplares |
| PSEUDOAMOROSA | |
| •Foto Romance» | — |
| •Apasionada» | — |
| CINE, RADIO Y TELEVISION | |
| •Ecran» | — |
| •Rincón Juvenil» | — |
| COMICS | |
| •Mony», «Comic Nautas», «Ases», «Triblín», «Disneylandia», «Hazañas», «Fantasia», «Tío Rico», etcétera | — |

Fuente: Elmo Catalán.

Cuadro III

| | |
|--|-------------------|
| SOPESUR (SOCIEDAD PERIODISTICA DEL SUR) | |
| •El Diario Ilustrado» (*) | 10.000 ejemplares |
| •La Patria» (*) | 8.000 » |
| •El Diario Austral» (*) | 8.000 » |
| •El Gong» (*) | 3.200 » |
| •El Correo de Valdivia» (*) | 8.000 » |
| •La Prensa de Osorno» (*) | 3.000 » |

Fuente: Elmo Catalán.

CHILE



Las diferentes fuerzas políticas agrupadas bajo la Unidad Popular, buscan, de alguna forma, modificar en beneficio propio la correlación de fuerzas netamente desfavorable en el campo de la lucha ideológica. (Portada de un suplemento de «Ahora», dedicado al primer aniversario del Gobierno de Allende.)

te a todo este despliegue de medios, la Unidad Popular tan sólo contaba con Radio Portales y Radio Corporación, asimiladas al Gobierno en función de compras o expiración de sus permisos de emisión. Las otras 40 emisoras simpatizantes con el Gobierno apenas si eran estaciones locales de escasa audiencia y sin peso específico más allá de los estrechos límites locales (9).

En el campo de la televisión, la Democracia Cristiana controlaba el mayor y mejor dotado Canal —el 13—, perteneciente nominalmente a la Universidad Católica de Santiago. Por su parte, la Unidad Popular disponía del Canal 7, estatal, y, por tanto, sometido a su directa influencia. La lucha se desarrolló en torno al control del Canal 9, perteneciente a la Universidad Técnica de Chile, y a la depuración de sus respectivos servicios informativos. Raúl Hasbún, director del Canal 13, se distingue por animar una verdadera ofensiva de despidos que culminan con la destitución de Leonardo Cáceres, militante de Izquierda Cristiana, jefe de Prensa de este Canal. Esta campaña de cancelación de contratos a periodistas de filiación izquierdista se realizaba siempre en busca de una mayor «objetividad». Por supuesto, esta pretendida objetividad trabajaba en favor de los intereses de la clase dominante, en contraste con el «sectarismo» ideológico del periodismo izquierdista.

B) PRENSA DIARIA

Si atendemos al cuadro V, las cifras arrojan una proporción de casi el doble en favor de la prensa de «derechas». Desproporción que se amplía aún más si tenemos en cuenta que «Clarín», el diario de mayor tirada de los simpatizantes con la Unidad Popular, tiene una orientación claramente sensacionalista, con lo cual su influencia en las masas populares debe entenderse más en términos negativos que positivos. Con lo cual la tirada de los diarios con algún peso ideológico queda reducida a 92.000. En lo que respecta a la prensa de provincias, la situación se reproduce y amplía. De 61 diarios regionales, 41 pueden considerarse como opositores, 11 pertenecientes a la Unidad Popular y nueve «neutros», pudiéndose afirmar que nueve de cada diez habitantes de provincias se enteraban de lo que acontecía a través de los diarios de la oposición. Por otra parte, de los 11 diarios simpatizantes con la UP, tan sólo tres —«El Magallanes», «El Portefino» y «La Unión»— se editan en ciudades importantes. Pero en la realidad nada tienen que hacer frente a diarios como «El Diario Ilustrado», «El Mercurio de Antofagasta», «El Mercurio de Valparaíso», consorcios periodísti-

cos como SOPESUR, etcétera. También se ha de tener en cuenta que la mayoría de los diarios tienen una capacidad económica escuálida, dependiendo absolutamente de la publicidad y las grandes corporaciones económicas.

C) REVISTAS

De nuevo en el caso de las publicaciones no diarias se reproduce el mismo fenómeno de desequilibrio, reflejo, en definitiva, de la desigualdad de fuerzas entre las dos clases enfrentadas. La revista de mayor tirada en el país es «Ritmo», con 113.000 ejemplares; después vienen: «Vea» (90.000), «Paula» (78.000), «Vanidades» (66.000) y «Ercilla» (56.000). Todas ellas se encontraban alineadas junto a la oposición, y si bien su orientación editorial no es la información estrictamente política, parece clara la importancia ideológica de las publicaciones que tocan sólo temas aparentemente neutros, especialmente en una etapa tan politizada como la que intentamos reseñar aquí. Por otra parte, todas estas publicaciones se esforzaron por acomodarse en una nueva línea de información más acorde con la estrategia general planteada por la burguesía. La revista de Unidad Popular que mayor tirada alcanza es «Posición», del Partido Socialista, con 50.000 ejemplares. Revistas juveniles como «Ramona», del Partido Comunis-

ta, alcanzan tiradas considerables (44.000). Para no alargar esta relación se puede establecer que la proporción era de tres a uno en favor de las fuerzas contrarias al Gobierno (10).

Los esfuerzos neutralizadores de la Unidad Popular

Por supuesto, las diferentes fuerzas políticas agrupadas bajo la Unidad Popular buscaron de alguna forma modificar en su propio beneficio la correlación de fuerzas, netamente desfavorable en el campo de la lucha ideológica. Sin embargo, este empeño se encontraba destinado al fracaso por una multiplicidad de motivos. El primero y fundamental es, sin duda, el carácter específico del proceso chileno, su respeto a la legalidad burguesa. Resulta a todas luces imposible modificar la estructura informativa en un corto período de tiempo sin la adopción de medidas radicales que permitiesen la estatización total de los medios de producción de información. A partir de esta hipoteca se construye el continuo forcejeo entre unos y otros por limitar las inmensas posibilidades de una prensa y una radio que no se detiene en la simple deformación de la realidad, sino que llega a hacer cons-

tantes llamadas a la insurrección. Esto es detectable con especial virulencia en los meses que siguen al paro patronal de octubre del 72 y, sobre todo, tras el fracaso en las elecciones legislativas de marzo del 73. Los medios de comunicación al servicio de la clase dominante no reparaban en medios para crear un clima de histeria colectiva con la connivencia del poder judicial, que determinaba como anticonstitucional cualquier medida del Gobierno destinada a frenar esta ofensiva.

Realmente fueron escasos los intentos de acción punitiva por parte de las autoridades de la Unidad Popular. El cierre de Radio Minería, de Viña del Mar, por haberse extinguido el permiso de explotación; el cierre temporal por cuarenta y ocho horas de Radio Agricultura, de Santiago, debido a la difusión de noticias de liberadamente deformadas; cancelación del permiso de Radio Agricultura, de Los Angeles (vuelta a abrir, por ser ésta una de las exigencias para finalizar el paro gremial de octubre); prohibición de expansiones ilegales de canales de televisión y emisoras mediante el Servicio Eléctrico de Gas y Telecomunicación, interceptando sus frecuencias; ocupación de algunos diarios por parte de los trabajadores, como «La Mañana», de Talca, y «El Sur», de Concepción; compra de la Editorial Zig-Zag, convirtiéndola en la Editora Nacional Quimantú; los intentos de anular el monopolio del papel y un corto etcétera más.

Por debajo de esta contradicción fundamental —la necesidad objetiva de la UP de triunfar en el terreno de la lucha ideológica y la imposibilidad, implícita en su propio planteamiento estratégico, de utilizar los métodos idóneos para hacerlo— coexisten una serie de problemas importantes que terminaron por erosionar cualquier posibilidad de triunfo. Contradicciones internas al bloque de la Unidad Popular que se traducían en enfrentamientos continuos de los diferentes grupos políticos. En alguna ocasión se llegó a calificar a las diferentes publicaciones de la izquierda chilena de «francotiradores», reflejando una realidad fraccionalista que contrastaba vivamente con la unidad de la burguesía en los momentos más críticos del período. La revista «Punto Final», cercana a las posiciones del Movimiento de Izquierda Revolucionaria (MIR), denunciaba en febrero de 1972 que «La más dañina de estas prácticas hace referencia al sectarismo surgido en algunos medios de comunicación íntegramente comprometidos en el proceso de cambios, como Chile-Films, Quimantú y el Canal Nacional de Televisión» (11). Casos como el de

(9) Víctor Vaccaro, «Desigual enfrentamiento en la radio», «Chile Hoy», número 18.

(10) Datos proporcionados por Víctor Vaccaro, «La prensa de izquierdas», «Chile Hoy», núm. 4.

(11) Rebeca García, «La UP pone en tela de juicio a sus periodistas», «Punto Final», núm. 150.

Miguel Littin y Horacio Marotta (ambos directores de cine), o el de Wilson Tapia (director de la revista «Onda»), que vieron entorpecido su trabajo por diferencias con determinados grupos políticos, parecen apuntalar esta denuncia.

Junto con esto, problemas estructurales que exceden la simple posesión de medios de información: «El gusto», es decir, el hábito condicionado durante años para recibir determinados contenidos. Algunos datos: El noticiario estatal «Martini al instante» tenía un 45 por 100 de televidentes en julio de 1970; en diciembre contaba con un 27-34 por 100, y en junio de 1971, la proporción había bajado al 24,1 por 100. En la misma fecha, el noticiario del Canal 13 disponía de un 74,6 por ciento de audiencia. Igualmente, el programa «Página Libre», del Canal estatal, tan sólo reunía al 11,1 por 100 de audiencia, mientras a la misma hora, «El FBI en acción», del Canal 13, disponía del 77,8 por 100 (12). Estas cifras, junto con los escasos ejemplares de tiradas de las revistas más interesantes, como «Chile Hoy» (25.000) o «Punto Final» (12.000), señalan claramente que se precisa de un esfuerzo considerable para borrar años de periodismo sensacionalista y alienante, y buena prueba de ello es que el diario de mayor tirada de la UP fuera «Clarín». Una de las tareas fundamentales de la izquierda chilena consistía, por

Cuadro IV

| | Sociedad Periodística La Prensa Ltda., C. P. A. | Sociedad Periodística del Sur (SOPELUR) | Corporación de Radio y Prensa Ltda. | Editorial del Pacífico, S. A. | Minestrana Andes Ltda. | Sociedad Periodística Andes Ltda., C. P. A. | Corporación de Radio y Prensa C. P. A. | Sociedad Promotora de cine y televisión Ltda. (PROCINE) | Sociedad Periodística Chile Ltda. | Sociedad Periodística La Tarda, S. A. | Sociedad Talleres Gráficos Corporación Ltda. Soc. Periodística |
|----------------------------|---|---|-------------------------------------|-------------------------------|------------------------|---|--|---|-----------------------------------|---------------------------------------|--|
| Julio Serrano Lamas | | X | | X | | | X | | | X | X |
| José de Gregorio Aroca | | X | X | X | | | | | | X | X |
| Fernando Gómez Texeira | | | X | | | | | X | X | X | X |
| Raúl Paravich Wahler | | | X | | | | X | | | X | X |
| Patricio Silva Echenique | | | | X | | X | X | | | X | X |
| Héctor Fernández de Miguel | | X | | | | | | | X | X | X |
| Marco A. Roca Santelices | | | | | | | X | | | X | X |
| Sergio Echenique Eliot | | | | | X | | | | | X | |
| Luis Reyes Rojas | X | X | | | | | | | | | |
| Julio Orlandini Araya | | | | X | | | | | | X | |
| Alicia García Huldobro | | | | | | X | X | | | | |
| Oscar Agüero Wood | | | | | | | X | | | X | |
| Juan Cuetó Sierra | | | | | | | X | | | X | |

Fuente: «La democracia cristiana con las manos en el cajón», de Rebeca García, en Punto Final 152, 29-11-72. Elaboración propia.

tuación parece residir en el mantenimiento de la vieja estructura informativa, en la que el periodista hace de «intermediario» entre la realidad y su protagonista, sin que éste participe en la elaboración de la noticia. Los grandes diarios de la izquierda no se libran de la tiranía de las agencias, su atención se centra en los mismos acontecimientos que resalta la prensa burguesa, estableciendo casi como único elemento diferenciador largas disquisiciones teóricas. Luis Carrera Villavicencio, director de la revista «Mayoría» y posteriormente

—80.000 y 50.000— parecen indicar la existencia de una audiencia capaz de interesarse y de sacudir viejos moldes en cuanto se le ofrece aquello que precisa. Igualmente puede apuntarse esto a programas de radio como el «Programa de los pobladores», emitido por Radio Corporación, o el espacio «Aire libre», del Canal 9 de Televisión. Por otra parte, en los cordones industriales el proletariado experimenta nuevas formas de comunicación (carteles murales, discusiones colectivas, publicaciones como «Aurora de Chile» o «Tarea Urgente», etcétera), totalmente al margen del aparato tradicional, al que, empecinadamente y sin capacidad para controlarlo, se aferraban determinados grupos políticos.

Es significativo que en los primeros meses del periodo de la Unidad Popular, los trabajadores de la industria de soldadura INDURA, en una mesa redonda publicada por «Chile Hoy», pidieran a los periodistas que «no se desvincularan de las masas». Situaciones similares se repiten a lo largo de la historia en la dinámica de los diferentes procesos revolucionarios. Los medios de comunicación al servicio del proletariado y de las masas populares (14) tienden a dedicar «demasiado espacio a la agitación política sobre viejos temas, al estrépito político», olvidando los nuevos problemas planteados por la construcción del socialismo. Parece claro (15) que la atención primordial debería centrarse en el interior de las fábricas, en el campo, en el interior de los regimientos, analizando y sacando a la luz la lucha de lo nuevo contra lo viejo. Esta debía ser la tarea fundamental de la prensa en la transición al comunismo según los dirigentes soviéticos de 1918: Concentrar la atención en la educación de las masas por medio de modelos «vivos y con-

cretos». La situación era, sin embargo, radicalmente diferente entre la Rusia soviética de 1918 y el Chile de la Unidad Popular. Allí el proletariado se había planteado abiertamente la lucha por el poder político; existía una vanguardia lo suficientemente fuerte y consciente, y podía dedicar su tiempo a construir el socialismo a pesar de las dificultades planteadas por la guerra civil. En Chile, por el contrario, gran parte de las organizaciones de clase del proletariado pretendían construir el socialismo de espaldas a la cuestión del poder; con este «handicap» inicial, los medios de comunicación de la izquierda chilena se veían en la necesidad de adoptar posturas defensivas, de agotar sus energías en frentes secundarios, cuando la tarea fundamental debía haber sido —en el marco de otra estrategia global— aglutinar al mayor número de trabajadores.

Paralelamente, la burguesía chilena dispondría de todas las ventajas, amparada en un aparato jurídico y constitucional construido para servir a sus intereses de clase. Sólo así puede explicarse, por ejemplo, que en uno de los enfrentamientos más críticos entre el ejecutivo y la prensa derechista —la pretendida suspensión de «El Mercurio», por publicar una proclama del Partido Nacional invitando a la toma violenta del poder (16)—, la Corte de Apelaciones anulara esta medida por considerarla «ilegal». Con posterioridad se ha demostrado la facilidad con que la burguesía se desprende de su cobertura retórica y prescinde de requisitos legales y constitucionales para aplastar a un enemigo de clase que pone en peligro sus más sagrados intereses. ■ J. E.

(16) «El Mercurio», días 17 y 20 de junio de 1973. La declaración decía, entre otras cosas, que «el señor Allende ha dejado de ser Presidente constitucional de Chile, y que, en virtud del sistemático atropello de las leyes!, dejaba de ser un «imperativo moral» respetar la legalidad del Gobierno».

Cuadro V

Prensa de la capital

| DIARIOS DE OPOSICION | | DIARIOS DE UNIDAD POPULAR | |
|----------------------------|--------------------------|---------------------------|--------------------------|
| «La Tercera» ... | 220.000 (252.000) | «Clarín» ... | 220.000 (225.000) |
| «El Mercurio» ... | 126.000 (270.000) | «El Siglo» ... | 29.000 (33.000) |
| «Las Últimas Noticias» ... | 81.000 — | «Puro Chile» ... | 25.000 (25.000) |
| «La Segunda» ... | 55.000 — | «La Nación» ... | 21.000 (34.000) |
| «La Tribuna» ... | 40.000 — | «Última Hora» ... | 17.000 — |
| «La Prensa» ... | 29.000 (29.000) | | |
| TOTALES ... | 551.000 (551.000) | TOTALES ... | 312.000 (348.000) |

Fuente: Víctor Vaccaro, «Chile Hoy», 4.

tanto, en superar este condicionamiento colectivo dentro de una estructura de mercado si quería aglutinar a su alrededor masas de seguidores cada vez más amplias y cada vez más conscientes del proceso de cambios en que se hallaban enroladas. Parece importante preguntarse si alguno de los grupos políticos que se hallaban comprometidos en la Unidad Popular estaban interesados en llevar hasta sus últimas consecuencias esta toma de conciencia de las masas populares, en especial cuando éstas deseaban dar un contenido real, práctico, a las formulaciones teóricas.

Una de las causas de esta si-

jefe de Prensa del Canal 9, parece ser uno de los periodistas conscientes de esta realidad: «En general, tenemos mucha superficialidad. Además se recurre constantemente a las fuentes noticiosas tradicionales. Se conserva el esqueleto informativo anterior, todo el esqueleto. Pero ocurre que las noticias más importantes parecen tener lugar ahora en los centros fabriles, en los Consejos Campesinos, a bordo de barcos pesqueros...» (13).

Y, sin embargo, en aquellos casos en que se llevaban a cabo experiencias realmente nuevas, como en los «Cuadernos de Educación Popular» o la revista («comics») «La Firme», las tiradas

(12) A. Mattelart, «Hacia una cultura de la movilización cotidiana», «CEREN», núm. 10.

(13) En «Chile Hoy», núm. 4.

(14) Según Lenin.

(15) Lenin, *ibid.*