

# Revista Latinoamericana de Comunicación

# Chasqui

Publicación trimestral  
Edición diciembre 2011  
Números: 116  
Llamada de trabajos: mayo 2011  
Aprobación de trabajos: junio 2011  
Cierre de edición: noviembre 2011

## Comité Editorial

- Fernando Checa Montúfar, docente de la Universidad Andina Simón Bolívar Sede Ecuador, director general del CIESPAL.
- César Ricardo Siqueira Bolaño, docente e investigador de la Universidade Federal de Sergipe (UFS). Presidente de la Asociación Latinoamericana de Investigación de la Comunicación (ALAIC).
- Ernesto Villanueva, docente de la Universidad de Las Américas de Puebla y miembro de la Fundación Fundalex, México.
- Marcial Murciano, docente de la Universidad Autónoma de Barcelona, España.
- Efendy Maldonado, docente e investigador de la Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), Brasil.
- María Cristina Mata, Argentina.
- Gabriel Kaplún, docente e investigador de la Universidad de Montevideo, Uruguay.
- Erik Torrico, docente de la Universidad Andina Simón Bolívar, Bolivia.
- Rafael Roncagliolo, director del Institute for Democracy and Electoral Assistance (IDEA) del Perú.
- Ernesto Carmona, presidente de Federación Latinoamericana de Periodistas, capítulo Chile.
- Bruce Girard, presidente de Comunica.org.
- Gaëtan Tremblay, docente investigador de la Université du Québec à Montréal

## Consejo de Redacción

- Gustavo Abad, periodista, comunicador, docente investigador de FLACSO Ecuador y secretario general del CIESPAL.
- Raquel Escobar, comunicadora y coordinadora de Planificación y Sostenibilidad del CIESPAL.
- Alexandra Ayala, comunicadora, articulista de opinión y coordinadora de Investigación del CIESPAL.

## Créditos

Centro editorial y Documentación  
Raúl Salvador R.

Editor  
Pablo Escandón M.  
pescandon@ciespal.net

Concepción gráfica  
Diego S. Acevedo A.

Suscripciones  
Isaías Sánchez  
isanchez@ciespal.net

Impresión Editorial QUIPUS - CIESPAL

## Consejo de Administración

Presidente  
Édgar Samaniego  
Rector de la Universidad Central del Ecuador

Luis Mueckay  
Delegado del Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio e Integración

Cecilia Herbas  
Delegada del Ministerio de Educación

Héctor Chávez V.  
Delegado de la Universidad Estatal de Guayaquil

Embajador Pedro Vuskovic  
Representante de la Organización de Estados Americanos

Amparo Naranjo  
Secretaria Permanente de la Comisión Ecuatoriana de  
Cooperación con UNESCO

Vicente Ordóñez  
Presidente de la Unión Nacional de Periodistas

Roberto Manciatì  
Representante de la Asociación Ecuatoriana de  
Radiodifusión

Susana Piedra  
Representante de la Federación Nacional de Periodistas

Fernando Checa Montúfar  
Director General del CIESPAL

Chasqui es una publicación del CIESPAL Miembro de la Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura <http://www.felafacs.org/rederevistas>, Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe en Ciencias Sociales y Humanidades <http://redalyc.uaemex.mx>. Todos los derechos reservados. Prohibida la reproducción total o parcial del contenido, sin autorización previa. Las colaboraciones y artículos firmados son responsabilidad exclusiva de sus autores y no expresan la opinión del CIESPAL.

• Teléfonos: (593-2) 250-6148 252-4177 • Fax (593-2) 250-2487 • web: <http://www.ciespal.net/chasqui> • Apartado Postal 17-01-584 Quito - Ecuador  
• Registro M.I.T., S.P.I.027 • ISSN 13901079

# En esta edición



## Personaje

**5** Alfonso Gumucio-Dagron y sus vasos comunicantes

Alexandra Ayala Marín

**9** Alfonso Gumucio-Dagron: activista-analista-herrero apasionado

John Downing

**12** El promotor internacional de la comunicación para el cambio social

Luis Ramiro Beltrán

**17** Alfonso Gumucio-Dagron: más allá de la euforia tecnológica

José Marques de Melo

**21** Gumucio y su cámara, Magdalena abajo

Amparo Cadavid Bringe

**25** Andares y pesares: Alfonso Gumucio, poeta

Raúl Teixidó

## Observatorios

**30** Argentina: Observatorios, veedurías o monitoreos de medios, un desafío de perspectiva, para una calidad de libertad de expresión

Miguel Julio Rodríguez Villafañe

**38** La lógica de la mediación y el principio de la autorregulación

Felipe López Veneroni

**48** Observatorios: fortalecimiento de la libertad de expresión y reivindicación del derecho a la crítica

Fernando Checa Montúfar

**55** Carpintería Periodística: un acercamiento crítico a los medios

Fernando Checa Montúfar

**60** El Observatorio Nacional de Medios (ONADEM) de Bolivia, por el ejercicio del Derecho a la Información y la Comunicación

Vania Sandoval Arenas

## Mattelart

- 64** De lo internacional a lo mundial: memoria de una trayectoria contradictoria  
Armand Mattelart
- 72** “Hay que recuperar la historia y el sentido de las palabras”  
Gustavo Abad,  
José Villamarín
- 75** Comunicación y movimiento popular. Un momento emblemático. Chile 1970-1973  
Michèle Mattelart
- 81** Comunicación, interculturalidad y género: debate sobre el futuro de la humanidad  
Alexandra Ayala Marín  
César Herrera

## Ensayos

- 85** Diez aprendizajes de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias, América Latina y Caribe (AMARC ALC)  
Ernesto Lamas
- 94** Ciberactivismo: ¿Utopía o posibilidad de resistencia y transformación en la era de la sociedad desinformada de la información?  
Valeria Betancourt
- 98** A propósito de la Ley de Comunicación en Ecuador  
Christian Oquendo Sánchez
- 104** La contratación, remuneración y capacitación periodística como herramientas necesarias a tener en cuenta para solventar ‘el oficio de escribir’  
Alejandra Busto
- 109** La espectacularización en los noticiarios televisivos  
Yadira G. Nieves Pizarro

# Comunicación

## y movimiento popular. Un momento emblemático. Chile 1970-1973

**Michèle Mattelart**  
Comunicóloga europea

### **Resumen**

*La autora narra sus experiencias en el Chile de la presidencia de Salvador Allende y la función de las mujeres en el escenario político y social.*

**Palabras clave:** Chile, Salvador Allende, feminismo, comunicación popular.

### **Resumo**

*O autora descreve suas experiências no Chile durante a presidência de Salvador Allende e o papel das mulheres no cenário político social.*

**Palavras-chave:** Chile, Salvador Allende, o feminismo, comunicação popular.

Me es particularmente grato y emocionante estar aquí entre ustedes, para evocar lo que han sido nuestros primeros pasos en América Latina y recordar la riqueza vivencial, en el plano del compromiso intelectual y político, de nuestra participación en la historia del pueblo chileno en estos años.

Es particularmente emocionante, porque Quito fue la única escala del viaje que hicimos desde París en junio de 1963 antes de llegar a Santiago de Chile, donde íbamos a vivir unos 10 años y donde estaríamos quizá viviendo todavía si el golpe de Estado del 11 de septiembre de 1973 no nos hubiera echado fuera de ese país. Fueron momentos de fuerte intensidad que culminaron en 1970 con la llegada de la Unidad Popular (UP) y de Salvador Allende al gobierno.

He titulado mi charla *Comunicación y Movimiento Popular. Un momento emblemático: Chile 1970-1973*. Mi propósito no es contar los tres años de la Unidad Popular, ni tampoco pretendo hacer un análisis que abarque la totalidad de la problemática de los medios de comunicación bajo la UP, sino tratar de revivir ciertas cuestiones a las que nos ha confrontado esta tentativa inédita de construcción del socialismo en libertad, como se ha denominado la experiencia chilena en esos años 1970-1973.

La trascendencia política de esta experiencia ha sido reconocida en numerosas ocasiones y por múltiples sectores. La movilización a favor del pueblo chileno, las manifestaciones multitudinarias de solidaridad con este pueblo después del golpe de Estado de Pinochet, no expresan sino el reconocimiento de la importancia



que tuvo esta experiencia para el movimiento obrero internacional.

Se podrá decir que Chile no es Francia -escribieron por ejemplo dos periodistas jóvenes en una revista especializada en cine- y acusarnos de exotismo. El peligro existe. Pero para nosotros, ¿cómo pensar un segundo que podemos prescindir de una vuelta por Chile?... Lo escribían a fines de 1974.

Y recientemente han aparecido artículos de revistas escritos por investigadores o tesis de doctorantes que atestiguan, en variados contextos, la vigencia del aporte del proceso chileno.

Sin embargo, no es superfluo decir que hablar de este tema a más de 35 años de distancia no es fácil. No cae por su propio peso, como se dice. Estamos hoy en día en otro momento histórico, otra configuración del mundo y de los actores, otro entorno mediático, conexión, redes, un momento diferente de la problemática comunicacional, de sus envites teóricos y prácticos. Y agregaré que no había caído el muro de Berlín.

Difícil hablar de ello; hemos de recurrir a palabras, a un vocabulario que hoy día parece muy connotado y en desuso; este vocabulario que estaba en uso en los años 70: revolución, ideología, lucha de clases, clase dominante. Podemos tener la impresión de hacer revivir la edad de la mecánica como modo de pensamiento (para plagiar lo que decimos con Armand Mattelart en *Pensar sobre los Medios*: la edad de la mecánica, con una idea monolítica del poder, contrapuesta al modo de pensamiento de "lo fluido" de hoy: la post-linearidad, la subjetividad, el poder negociado. En efecto, es tan solo al fin de los años 70 que la crisis de los paradigmas va a golpear el conjunto de los grandes sistemas explicativos e intronizar otros regímenes de pensamiento para interpretar la realidad.

\*\*\*

La experiencia chilena revistió una originalidad en relación con otros procesos socialistas, que la habilitó para constituir otra alternativa que la consagrada por los ejemplos mundiales tradicionales donde una revolución se hizo posible.

La presencia viva y revitalizada a diario de la burguesía y del imperialismo, emisores profusos contrarios al proyecto revolucionario, fue una determinante que tendió a asimilar en alguna forma la realidad cotidiana de Chile, aun existiendo este proyecto revolucionario, con la realidad de otros países del mundo en desarrollo, del Tercer Mundo como se decía todavía en esos años 70, pero también con el "primer mundo" donde varios grupos reflexionaban sobre cómo crear una alternativa a los medios dominantes.

Al volver sobre la experiencia chilena en un libro sobre el uso de los medios en periodos de crisis, decíamos en 1979: "Es propio de los periodos de crisis cuestionar categorías cuya legitimidad parecía intocable en periodos de normalidad. Formas de comunicación (entre los individuos y entre los grupos) que acostumbramos utilizar y consumir con toda inocencia, como simples 'técnicas', muestran su signo ideológico. Revelan su carácter de mecanismo de defensa y de reproducción de un orden, de un modo determinado de organización de las relaciones sociales".

Si lo que era invisible se vuelve visible, es porque otra clase, nuevos sectores sociales comienzan a hacer prevalecer activamente su punto de vista acerca de la construcción de una vida distinta.

Aun si el tiempo impartido a esta charla implica forzosamente limitaciones, es necesario desde el inicio mismo configurar el marco en que se va a desarrollar la lucha ideológica: una relación de fuerzas desigual. El poder informativo de la burguesía era claramente superior al de la coalición de la UP. Hay que evitar sin embargo confundir propiedad mayor de órganos de difusión e información y poder cultural. La relación desigual desde el punto de vista del poder cultural se verifica sobre todo en eso: al ganar Allende las elecciones y subir a la presidencia el 4 de septiembre de 1970, la burguesía perdió el consenso, dejó de ser clase dirigente, pero era todavía clase hegemónica, conservaba la autoridad. A partir de las inversiones que había realizado a lo largo de su reino de más de cien años casi sin interrupción, en el campo de los valores, de las normas de comportamiento, de las aspiraciones, a partir de su acumulación ideológica, la burguesía tenía un poder sobre las representaciones, los estereotipos vigentes que se renovaban cada día en el tejido social.

Quisiera dar ciertos datos útiles para contextualizar en forma mínima nuestro tema.

La coalición que llevó a Allende al gobierno comprendía los partidos tradicionales de la izquierda chilena: el partido socialista (al que pertenecía Allende) y el comunista. Más un nuevo partido, el Mapu, una fracción de la Democracia Cristiana que un año antes de las elecciones se había constituido en un nuevo partido. El MIR, partido de extrema izquierda originado en la Universidad de Concepción en el centro del país, no era parte de la UP. Le dio un sostén crítico.

Los partidos de la derecha tradicional, el Partido Nacional (conservador) y el Partido Demócrata-Cristiano (reformista y modernizador) iban a las elecciones en forma separada. Este error de la burguesía (que en 1964 iba unida y garantizó así la victoria del demócrata cristiano Eduardo Frei) es difícil de entender. Todo



habría llevado a la burguesía a prever que si los partidos tradicionales iban en forma separada, Allende iba a ganar: agravamiento de la lucha de clases en las ciudades y en el campo, impopularidad creciente de Frei en las capas populares, problemas internos de la DC y en fin, la zanja enorme que separaba la derecha (representada por el Partido Nacional) de la Democracia Cristiana y del bloque de la Izquierda con su apoyo popular. Y sobre todo las contradicciones entre las capas de la burguesía chilena.

Si bien el proyecto reformista y modernizador de Frei había realizado ciertos avances en su programa participacionista e integracionista de las capas populares urbanas, había también suscitado muchas esperanzas frustradas. Lo mismo con la reforma agraria. Frei se propuso ganar las masas rurales a la Democracia Cristiana, dando la señal de una campaña de sindicalización rural a gran escala. La reforma agraria que propició iba en el sentido de las intenciones norteamericanas expresadas en la Alianza Para el Progreso, que preveía el desarrollo de una clase media campesina apta para resistir a la radicalización del movimiento campesino en ciertas regiones de América Latina.

Así, los campesinos estaban nuevamente sindicalizados y por algunos pocos beneficiarios de esta reforma, pero frustrados porque las promesas de distribución de las tierras no habían sido del todo cumplidas. Mientras que la gran burguesía que era a la vez capitán de industria y terrateniente, consciente de la amenaza, dio durante el gobierno de Frei un salto en su modo de estructurar su resistencia a estos planes de reformas. Es importante señalarlo porque sienta un antecedente del tipo de movilización que la burguesía logró armar en octubre de 1972, durante la gran huelga patronal que contribuyó fuertemente a desestabilizar el gobierno de la UP y sobre la que tendremos la oportunidad de volver

Allende fue elegido por una mayoría relativa, lo que exigía la ratificación por parte del Congreso. La Democracia Cristiana siguió las reglas del juego. Pero Allende debió firmar un pacto constitucional. Desde el principio, Allende aceptó plenamente el rol de presidente constitucional. Estaba decidido a imponerse sobre la base de la legalidad, aun si eso significaba que debía respetar los límites fijados por las instituciones burguesas. Lo que no dejó de tener mucha incidencia en la forma en que luego encaró la política de los medios.

No voy a extenderme mucho sobre la repartición cuantitativa de los medios entre las fuerzas de la derecha y las de la UP; voy solamente a repetir que esta relación de fuerzas era muy desigual y que la importancia que la burguesía confirió a los medios de comunicación en el plano de la agitación de los grandes conceptos (libertad de expresión, objetividad, pluralismo) fue la expresión metafórica del poder real que detentó sobre ellos. Era el

dominio donde fue más fácil esconder la defensa de la libertad de la propiedad privada en nombre de la cultura, del espíritu y de los grandes principios democráticos.

Los sectores que apoyaban al gobierno tenían menos acceso a la opinión pública que los opositores. La derecha controlaba la mayoría de los diarios que circulaban en el país, a su cabeza *El Mercurio*, el representante tradicional de la clase dominante, que se presentaba como el *Times* de América Latina. Controlaba también las radios de mayor potencia.

No olvidemos la gran orquestación prestada por los fondos de la CIA y de las grandes agencias de prensa y de publicidad multinacionales, orquestación que fue objeto de revelaciones espectaculares posteriormente.

Allende respetó escrupulosamente el principio de la libertad de expresión, lo que no impidió que la derecha lo acuse de violarla en varias ocasiones.

En cuanto a los canales de televisión, que en el momento de su instauración escaparon al control directo de la burguesía -lo que creaba en Chile un paisaje audiovisual muy peculiar-, el Gobierno contó con el apoyo del canal estatal 7 (red nacional) y del canal 9, de la Universidad de Chile (provincias de Santiago y de Valparaíso). Quedaban globalmente fuera de esta órbita el Canal 13 de la Universidad Católica de Santiago y el 4 de la Universidad Católica de Valparaíso. Sin embargo, la homogeneidad ideológica no se cumplió en ninguna de estas instituciones televisivas. En efecto, el directorio del Canal Nacional de TV incluyó representantes de las fuerzas de oposición al Gobierno y esta misma situación se volvió a encontrar entre los directores de programas. De los siete más altos ejecutivos de TV Nacional, solo dos se identificaban con la UP. Lo que hizo decir a Augusto Olivares, director de este canal nacional -que más tarde moriría al lado de Allende en el Palacio de la Moneda-, que la situación era por lo menos paradójica.

\*\*\*

Después de haber descrito el contexto de desigualdad de las fuerzas presentes y de haber señalado los límites que constreñían la libertad de decisión del gobierno de la UP en este dominio de la información y de la comunicación, se presentó la cuestión de fondo: cómo respondió la Izquierda a la famosa pregunta "¿Qué hacer?"

Este paisaje revela las condiciones de competencia en las cuales se desarrolló el proceso de cambios en los medios, que derivaron directamente de las premisas impuestas por la caracterización global del proceso nacional. Reflejan las tendencias básicas del Gobierno Popular que decidió situar el proceso de cambio en un marco respetuoso de la legalidad, de la democracia formal y del pluralismo ideológico.

"¿Que hacer?" Responder a esta cuestión se vislumbraba como difícil. Para muchos sectores de la izquierda chilena -la izquierda política e intelectual- el campo de la comunicación y de la cultura no eran prioritarios. Habían otras cuestiones que atender. Se suponía que los cambios en la superestructura derivarían más o menos directamente de las transformaciones económicas. Para estos sectores, la construcción del poder material era prioritaria.

No se puede hablar de una estrategia unificada, de un frente cultural de izquierda. El acuerdo de un frente cultural tropezó con las reticencias de los partidos que prefirieron continuar librando separadamente la lucha ideológica en los órganos de información y en las instituciones culturales que controlaban. El frente de los periodistas de izquierda (creado en medio del entusiasmo de la victoria electoral, agrupaba a los profesionales de la información de izquierda y de extrema izquierda) no llegó a ser eficaz. Y yo diría que la prensa favorable al gobierno, salvo excepciones laudables, siguió en general criterios de un periodismo populista.

Quisiera detenerme sobre la tarea cumplida en el Seno de la Casa Editorial del Estado, donde se expresó una estrategia suscrita por los partidos de la UP que derivaba esencialmente de un presupuesto de su política global, que era en estos primeros momentos de tratar de captar los sectores medios al proceso de cambio, con la intención de no asustarlos por una polarización demasiado activa. Esta casa denominada *Quimantu* (el sol del saber, en lengua indígena) pasó a ser el feudo indiscutido de la izquierda en el campo editorial. Era un aparato con una capacidad de imprimir gigantesca: de 30 a 40 revistas de 200 mil ejemplares cada semana. La situación era ahí bastante paradójica: *Quimantu* debía imprimir en las prensas del Estado revistas como las del *Reader's Digest* y las historietas de Disney que luego se preocupaba de combatir en sus propias producciones.

La mayoría de los puestos fueron distribuidos según un sistema de cuotas entre los partidos de la UP, y el MIR estaba también presente. Ahí se dieron iniciativas muy interesantes que iban a reflejar muy rápidamente diversas concepciones de la lucha ideológica.

El rasgo más significativo de aquella política fue el siguiente: apoderarse de los géneros en materia de publicaciones de revistas, apoderarse de los formatos y de los signos que la burguesía había hecho familiares para iniciar, a partir de esos soportes conocidos, reconocidos e identificables en el mercado, un proceso de apartamiento de la "ideología de las clases medias" y de apertura a los nuevos valores del proceso popular.

Esta táctica de recuperar los géneros y los formatos burgueses se justificaba a partir del hecho que la lucha

ideológica tenía que desarrollarse en un marco comercial. Se situaba el problema de la transformación de la comunicación en términos de subversión y de inversión progresiva de los signos.

Estos soportes conocidos eran las revistas infantiles, las de ídolos, las fotonovelas, las revistas de deporte, cómics, magazines, etcétera.

Esta experiencia tenía la virtud de subvertir algunas de las lógicas de los géneros de la cultura de masas, al tiempo que se reconocía el deseo del entretenimiento como una experiencia de los sectores populares a problematizar antes que a suprimir por decreto.

Para los sectores de la pequeña burguesía intelectual y militante de izquierda que emprendieron estas iniciativas, la intervención en la esfera cultural era importante para encaminar hacia un proceso de transformación global. La conciencia de la importancia de la cultura y de la lucha ideológica como un campo estratégico se había consolidado -hay que decirlo- durante la etapa anterior, la segunda mitad de los años 60, que nos había sensibilizado a una cuestión que despuntaba en las ciencias sociales en varias regiones y círculos de investigación crítica en América Latina y en el mundo: el papel de la dimensión ideológica en la reproducción y cohesión social y, rebasando el campo de lo jurídico y lo político tradicionalmente aceptado como tal, la importancia de la configuración de un campo ideológico de lo cotidiano en la estructuración del poder hegemónico, en la estructuración de la hegemonía: la cultura como lugar donde se construye la hegemonía.

La cultura cotidiana y la cultura del ocio en la que entramaban las revistas femeninas, las historietas infantiles o las revistas de ídolos eran un espacio constitutivo de visiones del mundo y formas de vida, de un imaginario, y por ende un espacio vital tanto para la reproducción social (la reproducción de un sistema social) como para su transformación. Pero el grado de radicalización que muy pronto alcanzó la lucha de clases no permitió que esta estrategia de subversión de las formas burguesas diera sus frutos. Después de las certidumbres de los primeros tiempos, apareció que las tentativas de subvertir desde adentro las fórmulas tradicionales se quedaban cortas frente a la demanda que emanaba de un pueblo que día tras día tomaba una conciencia más profunda de sus intereses de clase, y reivindicaba unos modos de expresión más acordes con la nueva realidad que creaba. A partir de las reacciones de los receptores, se vio concretamente hasta qué punto es difícil separar el contenido de la forma.

Para ponderar esta línea táctica de inversión de los contenidos, se trató siempre en esta casa editorial de abrir talleres de discusión de esta línea de transformación, abrir

células de debate en los liceos, en los sindicatos, en los centros de pobladores, para participar más directamente en un proceso de movilización y responder a un objetivo estratégico: hacer evolucionar esta línea de cambios de contenidos. Que los contenidos fueran cambiando no a partir de lo que algunos imaginaban que era un contenido de "izquierda", sino a partir de otros actores, otros productores.

\*\*\*

Se percibió mejor hasta qué punto esta estrategia de los contenidos solapados se reveló insuficiente al radicalizarse el proceso, cuando se la confrontó al uso eficaz que la Derecha hizo de los medios de comunicación.

Se ha subrayado reiteradas veces que la derecha ganó la batalla de los medios y que estos fueron un instrumento poderoso para vencer a la UP. Se ha dicho también que el error principal de la UP estuvo, en esta como en otras cuestiones, en no haber podido definir más que de un modo confuso su política de alianzas.

Tras la derrota que sufrió en las urnas en septiembre de 1970, el desconcierto de la Derecha se manifestó en la prensa. Durante el primer año su intervención consistió en campañas de agitación que no llegaban a definir sus objetivos. Pero desde el comienzo de 1972, una vez recompuesto el bloque de la DC y de la Derecha tradicional, las fuerzas de la oposición, sobre la base de su poderoso dispositivo, cambiaron radicalmente su modelo de prensa. El marco de este desplazamiento fue, si lo describimos en términos muy generales, el pasaje de un estrategia de oposición en el sistema institucional parlamentario a una estrategia insurreccional que se resolvió finalmente en el golpe de Estado dado por las Fuerzas Armadas.

Este cambio exigió un intenso trabajo de preparación ideológica, que tuvo su expresión en las estrategias de los medios de la Derecha que modificaron los modos de interpelación a sus destinatarios. Las fuerzas conservadoras hablaban un lenguaje movilizador, y fundamentaron sus discursos hacia los diferentes grupos que constituían esas clases medias refiriéndose a sus intereses concretos y particulares, cuando la izquierda les hablaba como a un todo indistinto, haciendo suya esa noción amorfa de la opinión pública, de la que la Derecha, en tiempo de guerra, no se preocupa en absoluto.

Esta reversibilidad sobre la que estuvo basada la lucha ideológica de la burguesía puede sintetizarse como una disyuntiva entre dos formas de concebir el papel de la información dentro de una perspectiva de acción y lucha política. Cuando las clases dominantes no estaban impugnadas en sus intereses, se programaba un vacío entre información y acción. Ellas hablaban al hombre individual, al individuo segregado de su clase, a la

opinión pública concebida como suma de conciencias aisladas, que es la que respaldaba tácitamente su sistema de dominación. Cuando estuvo acometida en sus intereses, la burguesía necesitó movilizar concretamente a la opinión en torno a la defensa de su proyecto de clase. Necesitó no ya del acuerdo tácito de su clientela sino de su fuerza movilizable. De este modo, la prensa se transformó en uno de los mediadores más activos para la organización de la resistencia y de la ofensiva, superando en eso el rol de los partidos, como la propia Derecha lo reconoció.

Esta estrategia conoció su climax durante la huelga patronal de octubre de 1972. Sus medios no se refieren más a un público indiferenciado (este famoso "hombre medio" de la opinión pública), ahora pasan a interpelar a los receptores "gremialmente" con el objetivo de producir una movilización activa contra Allende a partir de intereses corporativos. "Gremialmente": es decir que los medios movilizaron sobre la base de intereses específicos, utilizando las organizaciones ya existentes, como los "gremios" que son asimilables a las asociaciones profesionales y se reivindican como independientes y apolíticos.

De este modo, todas las categorías socio-profesionales se volvieron "envites": las enfermeras, los pequeños comerciantes, los médicos, los camioneros (los que poseían un solo camión como los que poseían diez). La crisis de octubre fue el apoteosis de esta estrategia que combinó huelga, sabotajes...

El verdadero punto de partida de esta estrategia fue la gran "manifestación de las ollas" que tuvo lugar el 1 de diciembre de 1971. Las mujeres de la burguesía, respondiendo al llamado de la DC y del Partido Nacional, manifestaron blandiendo ollas para protestar contra una penuria que aún no existía.

Quisiera detenerme un momento sobre la significación de esta movilización, para destacar la eficacia de la utilización que la derecha hizo en ese momento del concepto de "feminidad", de la representación estereotipada de "lo femenino". En efecto, a partir de la tradicional asociación de lo femenino a lo doméstico, lo privado y lo apolítico, la derecha logró inocular y legitimar el acto subversivo, presentándolo como desprovisto de intencionalidad política, como la reacción espontánea del sector supuestamente el más apolítico de la opinión, preocupado únicamente por asuntos domésticos y maternos, y reunido y movilizado por el instinto natural de sobrevivencia.

Una vez electo Allende, la burguesía no podía seguir hablando en nombre de la opinión pública. A medida que precisaba su estrategia política, que no hablaba más de "mayoría silenciosa" sino que comenzaba a





analizar los sectores sociales susceptibles de ser ganados, reemplazó su noción de opinión pública por una noción que le permitía dirigirse a los pequeños comerciantes, a las mujeres, a los jóvenes... En octubre de 1972 reunió a todos los sectores que quería ganar bajo la noción de "opinión popular".

Aunque la composición de esta movilización femenina fue marcadamente de sectores medios y altos, la prensa movilizaba a estas mujeres "en nombre del pueblo". Ejemplo de como la derecha disputaba al gobierno su identificación con lo popular.

Uno de los recursos retóricos más llamativos a nivel de manipulación, utilizados durante la crisis de octubre de 1972 por la prensa de derecha, fue esta apropiación del concepto de Pueblo.

\*\*\*

Cuando estalló la huelga patronal, la actividad periodística de la derecha se volcó monóticamente a la difusión propagandística del movimiento huelguista y a la celebración de la paralización del país. Pero logró este fin publicitario porque evacuó, escamoteó la otra cara del conflicto: la respuesta de la movilización popular, los trabajos voluntarios, la organización de los cordones industriales, la formación de los frentes patrióticos que lograron desvirtuar los alcances de la insurrección burguesa.

Octubre de 1972 significó en el terreno de las luchas un crecimiento del movimiento popular. Si bien se dieron embriones de poder popular en diversos momentos y espacios del proceso, fue en la respuesta a la crisis de octubre y en el enfrentamiento directo con los gremios que se dio el punto más alto de la movilización del pueblo para contrarrestar los efectos del paro que intentó paralizar el país.

Si bien es cierto que hubo una desorganización del poder político y social, más allá de esta desorganización hay que ver el movimiento inmenso, a menudo revolucionario, de las ocupaciones de las fábricas o de los barrios, los cordones industriales, por ejemplo en los barrios de Santiago y sobre todo en la región alrededor de Concepción, en el centro del país.

Los cordones industriales creados durante esta crisis de octubre 1972 eran organizaciones de un género absolutamente inédito, que agrupaban en un mismo espacio geográfico las fábricas, las organizaciones de barrio, las juntas de abastecimiento, los centros de madres...

En el terreno de la comunicación, fue a partir del momento en que los sectores obreros y campesinos formaron organizaciones sociales de resistencia a la burguesía -cordones industriales y comunales, comandos de

abastecimiento- que comenzó a surgir otra problemática diferente a las que se habían discutido hasta ese momento en los partidos de izquierda. La creación de nuevas formas de comunicación fue íntimamente vinculada a la gestación de nuevas formas de organización social.

Así aparecieron numerosos periódicos hechos por los trabajadores con la ayuda de periodistas militantes; la prensa de los cordones industriales que tuvo su equivalente en algunos breves programas de la cadena nacional de televisión y en toda la programación de la cadena de la Universidad de Chile, cuando en los seis últimos meses de la UP se abrió completamente a la dinámica del movimiento obrero.

En los diarios tradicionales de los partidos de izquierda, los periodistas seguían guiándose por las reglas habituales de selección de las noticias, marcadas por un cierto sensacionalismo, sin relación directa con el proceso de emancipación popular. Habían por cierto excepciones laudables que obedecían, justamente, al compromiso con el debate surgido entre las fuerzas populares .

La crítica que dirigían a esta prensa los trabajadores era que "esta prensa seguía dirigiéndose a un hombre medio". Ahora bien, decían, "ya no hay hombre medio en Chile. Es un estereotipo burgués". Un obrero, dirigente de la CUT, opinaba: "Lo que no entendí en la política de comunicación de la UP es como no se aprovechó toda la larga trayectoria histórica de la prensa obrera, de la prensa contestataria chilena. Como al acceder al aparato del Estado olvidamos nuestros modos de producción de la comunicación, que habían posibilitado al movimiento obrero su avance e, incluso, el haber ganado las elecciones. No entiendo como, en los partidos de izquierda (y él formaba parte de uno de ellos) no hubo claridad acerca de que había que apoyarse también en lo anterior para el futuro".

En marzo de 1973, seis meses antes del golpe de Estado, Allende salía victorioso de la contienda electoral de las legislativas con una mayoría de votos más alta que la con que fue elegido Presidente. El pueblo, codo a codo frente al Palacio de La Moneda, vitoreaba su apoyo con el mismo fervor que el primer día, clamando: "El pueblo unido jamás será vencido"; pero reclamando: "¡poder popular! ¡poder popular!" Allende, consciente de la disyuntiva que caracterizó este último periodo entre la demanda del pueblo que había fortalecido sus organizaciones y se había puesto en marcha, y la inclinación de su gobierno hacia una alianza con la DC para calmar el clima de agitación, dijo en una de sus últimas entrevistas: "Tendrá que ir fortaleciéndose el poder popular, no para crear un poder paralelo, pero para coadyuvar al gobierno".

Semanas más tarde, el general Pinochet entraba en el gobierno. Se sabe lo que siguió. ❷