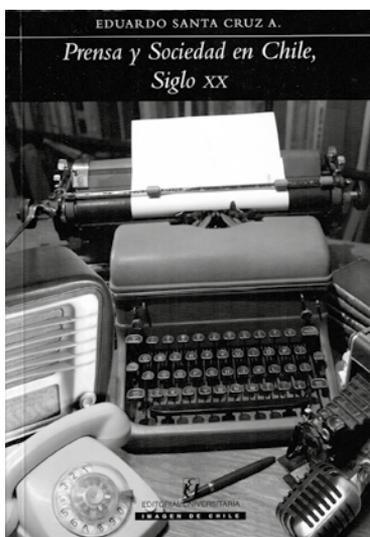


Eduardo Santa Cruz, *PRENSA Y SOCIEDAD EN CHILE, SIGLO XX*.
Santiago, Editorial Universitaria, 2014, 213 páginas.

Elizabeth Ferreira.*

El libro de Eduardo Santa Cruz es el resultado de una investigación acuciosa y exhaustiva del proceso de configuración de la prensa en Chile. Desde la incipiente industria cultural de principios del siglo veinte, transitando por su consolidación en 1910, hasta la dictadura, momento en que la prensa opositora enfrentó la represión y la supresión del discurso público.

Ahora bien, el autor señala que la moderna empresa informativa se hizo cargo de utilizar nuevas estrategias, que procuraban representar la realidad como un agente socio cultural que influía en la formación de la opinión pública y que, por lo tanto, se transformó en un relevante “actor político” (p. 13). Pero dicha influencia en la esfera pública de la sociedad fue



resultado de un discurso que combinó “las prácticas de la vida cotidiana y privadas de las personas y los discursos públicos”, que, en éste último, están definidos por los objetivos empresariales del medio de comunicación¹. Tanto la prensa como las revistas constituyeron un agente socio cultural que no operó por sí sólo fundamentado en su ideología, sino dentro

de un contexto histórico determinado y específico, basado en una constante dialéctica con discursos que provenían de espacios privados y públicos. En este aspecto, el autor destaca las estrategias que utilizan los medios informativos basados en modos socioculturales con el fin de producir un efecto determinado en el público lector, es decir, se podría asemejar a la llamada aguja hipodérmica

* Magister en Historia Universidad de Chile. E-mail: elizabethf.historia@gmail.com

1 Jorge Larraín, *Modernidad, razón e identidad en América Latina* (Santiago: Editorial Andrés Bello, 1996), 214.

de teoría conductista desarrollada entre los años veinte y cuarenta cinco, cuando se consideraba que un determinado estímulo o mensaje transmitido producía un efecto particular, lineal y homogéneo en sus receptores. Esta teoría es altamente criticada debido a que los efectos de los mensajes en las personas son diversos y dependiente de las circunstancias sociales, políticas, económicas y religiosas. Por su parte, el autor supera de forma admirable esta mirada tradicional de las teorías comunicacionales, realizando un recorrido ágil de los medios chilenos cuya connotación histórica cultural es robustecida en dicho trayecto. Entonces ¿Cuánto tiempo puede durar el efecto de una estrategia? ¿El efecto es a corto plazo o es duradero en el tiempo?

También señala que su formato fue cambiante y flexible, ya que la identidad del “modelo periodístico” provenía de las múltiples interrelaciones que conllevaba el escenario socio histórico cultural (p. 15). Éste construyó un imaginario mediático, es decir, una representación inmediata de la realidad justificada a partir de dos espacios; el primero arraigado en sus organismos sociales y culturales y, el segundo, en la representación de esa realidad como “el estatuto de la verdad social” (p. 18). En esta línea, Santa Cruz, concibe a los medios informativos como modelos periodísticos, sin embargo, no todos los medios se convirtieron en ejemplos a seguir, algunos operaron en el lado hegemónico, otros en el ámbito divergente como la prensa obrera, y otros en el anonimato o ilegalidad en dictadura. También estas últimas estuvieron lejos de tener como objetivo constituirse un producto comercial, algo propio de las

tendencias modernizadoras del campo periodístico. En consecuencia, pueden coexistir diversos formatos periodísticos más que modelos.

Ahora bien, el autor desarrolló la trayectoria de la prensa informativa del siglo veinte en cuatro periodos de lectura diligente y dinámica. Desde una posición ideológica particular y clara de identificar, por lo que expresó un posicionamiento imaginario lejos de la imparcialidad. En el que confluye una mirada de la Escuela Frankfurt que dilucida al capitalismo como el origen de la lucha de clases y la desigualdad social que reside en los dueños de los medios informativos ya que detentan el poder económico y político para manipular las conciencias de la clase oprimida. Asimismo destaca la combinación de discursos institucionales como los de la vida cotidiana de las personas. En este sentido, la manipulación está oculta en lo revestimientos de las creencias populares de la sociedad y de alguna forma adquieren sentido diverso, transformado al público lector en un receptor activo, crítico, participativo y factible de identificarse con un medio comunicacional en particular.

Ahora bien, este imaginario mediático empezó con la fundación del periódico *El Ferrocarril*, el cual esparció los primeros cimientos de la prensa liberal moderna en Chile. Sin embargo, en 1900, aparecería un fuerte competidor, el diario *El Mercurio* de Santiago fundado por Agustín Edwards Mac-Clure, el cual fortaleció su entrada con una mayor inversión en recursos, tecnología y administración eficiente (p. 34). Por otro lado, la aparición de los periódicos *El Diario Ilustrado*, *El*

Chileno y *El Diario Popular* conformaron un modelo populista y moderno dirigido por la elite católica conservadora, destinado a las masas populares, las cuales se encargaron de reflejar las principales problemáticas sociales y laborales de los trabajadores de la ciudad. También incidió el desarrollo de la prensa obrera, como el diario *El despertar de los trabajadores*, fundado por Luis Emilio Recabarren (de orientación política socialista) o el diario *La Revuelta*, de 1904, de tendencia anarquista que mantuvo una postura crítica al sistema social y político. Ambos periódicos sobrevivieron con escasos recursos y una fuerte represión de la fuerza pública del período (p. 51).

Desde 1930 a 1970 se buscaría “la modernización basada en la industrialización” (p. 89), es decir, una mayor injerencia del Estado en los asuntos económicos, sociales y laborales. Si bien es cierto que a principios del siglo veinte la prensa escrita incorporó el nacionalismo en sus temáticas, ya en el desarrollismo se construyó un discurso no basado en patrones europeos para formar una nueva identidad nacional, sino fundamentado en el progreso del traspaso de patrones estadounidenses (p. 92).

Los nuevos patrones fueron movilizadas e insertados en la industria cultural nacional, en la que grandes empresas y monopolios financieros como *El Mercurio* y *Consorcio Periodístico de Chile* (Copesa) comenzaron a mantener el control del mercado informativo, mientras que *El Mercurio* mantuvo vínculos transnacionales y se reconoció “influyente en la opinión y poderes públicos” (p. 97-98). Contrariamente a esta prensa privilegiada,

se originó la prensa de partidos, como el diario *El Siglo*, órgano oficial del Partido Comunista, que sería prohibido en 1952 por la llamada “Ley maldita”, destinado a ilustrar a los sectores populares como agentes históricos. Otra prensa destinada a las masas fueron los periódicos populares, sensacionalistas o amarillos como *El Chileno* y *El Clarín*, que dramatizaron la realidad binaria entre “ricos y pobres, el bien y el mal” (p. 108).

En 1970, con el agotamiento del proyecto desarrollista del gobierno de la Democracia Cristiana y la masiva agencia de la política de izquierda, triunfó el gobierno de la Unidad popular. Sin embargo, la victoria desencadenó en la prensa opositora, es decir, en los grandes conglomerados periodísticos, la creación de diversas estrategias contra el gobierno de la Unidad Popular (150). ¿Cuáles fueron estas estrategias? “La fragmentación de la realidad”, es decir, la prensa opositora beneficiándose de los problemas sociales y económicos de la mayoría silenciosa para transformarlos en discursos políticos alentando las manifestaciones públicas contra el gobierno (p. 153). En el caso de *El Mercurio*, tuvo mucho que aportar a esta prensa opositora, ya que enfrentó al gobierno de la Unidad Popular, “recibió dinero del gobierno norteamericano”, pagó dinero para la paralización masiva de los camioneros, y reveló mecanismos retóricos a través de sus títulos, fotografías y metáforas opositoras, con la finalidad de “mantener la libertad de prensa y defender el orden social” (p. 157).

La batalla ganada por la burguesía y algunos militantes de la democracia cristiana dio inicio a la dictadura de 1973

hasta 1990, la cual se caracterizó por represión extrema y silenciadora de discursos del mundo popular. Esto insertó al país en el mundo capitalista moderno, con el apoyo de empresas comerciales y periodísticas. Dichos conglomerados de la prensa escrita se transformaron en “cómplices y voceros del régimen, incluso en casos de violaciones masivas a los Derechos Humanos” (p. 180). Ante esta deformidad arbitraria de la realidad se manifestó la prensa opositora. Una de ellas, a finales de los años setenta, fue la revista *Análisis*, patrocinada por la Universidad Academia de Humanismo Cristiano, la que ofreció un espacio de reflexión en diversas áreas pero controladas por autoridades impuestas por el régimen. También la revista *APSI* (Agencia de Servicios Periodísticos Internacionales), patrocinada por el *MAPU Obrero y Campesino*; los boletines de prensa derivados de las *ONG*; las radios comunitarias, y el naciente video. Todo esto permitió componer el orden social y político contra la dictadura, si bien en un espacio oculto e ilegal (p. 185).

Ya en la transición a la democracia ¿por qué no perduraron en el tiempo los medios de comunicación con sentido crítico y opuesto a la dictadura? ¿Por qué la derecha acumuló todo el espectro de los medios informativos? ¿En qué medida la prensa liberal se aleja de la tradición dictatorial para reflejar la realidad social del país? ¿Bajo qué parámetros discursivos enfrenta la transición de la dictadura a la democracia?

En definitiva, el autor en cuanto a las estrategias comunicacionales presenta una ausencia de las tendencias de la psicología cognitiva del público lector como

“consumidor” de medios informativos que va más allá del estudio del marketing o la mercadotecnia, que manifiesta no solamente el efecto que se busca en los receptores sino el impacto de la recepción de un mensaje en específico. Es decir, ¿Qué hacen las personas con los medios informativos? ¿Cuáles son los diversos sentidos que otorgan los receptores al decodificar un mensaje en particular?