

Políticas de Comunicación Social del régimen autoritario chileno

El viajero que llega al país encuentra en el aeropuerto un letrero luminoso. En una de sus mitades se puede leer en grandes letras "Chile Progresses in Order and Peace", en la otra, se publicita la marca internacional de cigarrillos Viceroy. He allí una comunicación paradigmática del proyecto autoritario.

ORDEN COMUNICATIVO Y TIPO DE SOCIEDAD

Nombrar el mundo, significar los procesos en que estamos inmersos, recrear la experiencia, construir una memoria, adelantar un futuro, son fundamentos de una existencia que pueda ser vista como manejable.

En el ejercicio de la palabra el sujeto social se constituye como tal, construye sus límites y sus avenidas, se relaciona consigo mismo y con los otros. Cristaliza una identidad surgida de su práctica, adquiere certeza en sus metas y define sus medios. Cobra seguridad.

Al comunicarse con otros, el sujeto social ejerce el poder de participar en la definición de las identidades colectivas y en la constitución y repartición de los deberes sociales.

En los estados modernos la comunicación se ha convertido en un factor esencial para su constitución y equilibrio. La "opinión pública", potenciada —para realizar una participación am-

pliada en la definición del consenso social— o manipulada, es un constituyente central de las democracias contemporáneas. Todo ejercicio de poder requiere de una política comunicativa, todo partido de un departamento de propaganda, toda organización de una red y medios de comunicación.

La complejidad de las formas de producción y reproducción social operantes transforman en gran medida el orden social en un orden comunicativo. Los sistemas de reproducción de sentidos y de circulación de información se han hecho crecientemente estratégicos para el control social.

Cuando pensamos románticamente en un modelo ideal de democracia, pensamos en una sociedad plenamente parlante. En ella ningún grupo se ve privado de concurrir, desde su experiencia, con su creatividad, a partir de sus necesidades e intereses, a un espacio comunicativo común.

Opera una vasta red de oportunidades de hablas a las que acceden los diversos sectores sociales para articular a través de ellas definiciones compartibles, acuerdos aceptables. Los discursos se tejen con una sustancia semántica accesible y flexible de tal manera que su "orden" es dinámico. Nadie tiene el dominio del logos y el poder de la verdad absoluta.

El ámbito comunicativo público opera con reglas que permiten una confrontación real de definiciones de mundo, de reconocimientos recíprocos y la constitución de un orden común en el cual se pueden generar y regenerar las identidades sociales.⁽¹⁾

El modelo de sociedad disciplinaria supone, por lo contrario, una sociedad silenciada. En

(1) Lechner, Norbert: "La lucha por el orden en Chile". Materiales de discusión. FLACSO, Chile N° 39, 1983.

ella significados e identidades están predeterminados por lo que su funcionamiento no se basa en la expresividad de sus componentes. La autoridad ordena, desde el vértice de un paradigma de “ordenadores subalternos”, sin que sea aceptada como una posibilidad legítima su puesta en duda por la definición de una autoridad o un orden alternativo.

Se concibe la sociedad como compuesta por individuos integrados a una totalidad funcional por medio de su participación —de acuerdo a pautas y roles predefinidos— en organizaciones rígidas o simple y principalmente a través del mercado. El concepto de sujeto social, como sujeto colectivo realizado en la continua expresión y confrontación de intereses y la definición permanente de identidades, es ajena a esta concepción.

Dos son las formas de integración y participación de los individuos en el modelo de sociedad disciplinaria. La primera supone adhesión activa y ciega a una causa y movilización masiva de la sociedad a través de organizaciones pre-establecidas. La segunda, se basa en la privatización y exaltación del logro individual y la integración a través del mercado.

Cada una corresponde a un modelo diferente del poder. En el primer caso se trata de una autoridad legitimada sobre la base de su carisma o cualidades personales. En el segundo, de una autoridad impersonal y técnica ejercida en virtud de capacidades y entrenamientos.

TIPOS DE SOCIEDAD DISCIPLINARIA Y ESPACIOS COMUNICATIVOS

Una sociedad participativa y libertaria implica un sistema de comunicación complejo constituido por:

a) una tupida red de oportunidades potenciales de hablas a la que logran acceder diversos sectores sociales y

b) un ámbito discursivo abierto y modificable en la negociación y el compromiso.

Una sociedad disciplinaria, por lo contrario, implica un sistema de comunicación claro y jerarquizado, con un acceso controlado y un ámbito discursivo, cerrado a la creatividad, en el cual sólo se repite y refuerza la verdad señalada por la autoridad.

Así como una comunicación democrática está destinada a lograr la representatividad y el consenso negociado, una comunicación disciplinaria está destinada a evitar que surjan expresiones que difieran de los saberes, ideas y sentimientos oficialmente establecidos. Como señala Lechner⁽²⁾ el régimen autoritario busca eliminar lo diferente para defender el orden impuesto y evitar el conflicto.

Existen dos formas polares de lograr una comunicación disciplinaria y un silenciamiento social. Una es producto de la ruptura de las redes de habla y de la deslegitimización de los discursos hasta entonces disponibles. Otra es producto de la imposición de un discurso omnipotente, omnipresente y ubicuo. Este, brotado de la autoridad, marca el ritmo que mueve a la sociedad masificada.

Ambos se traducen, para la sociedad, en una imposibilidad de comunicarse más allá del espacio privado y de participar creativamente en la constitución de un ámbito discursivo común.

La sociedad disciplinaria basada en la movilización, necesita de un sistema comunicativo puesto absolutamente al servicio del doctrinamiento político. Le es necesario montar un aparato propagandístico que, mediante la produc-

(2) Lechner, Norbert, obra citada.

El Destino de Chile de tu Familia, está en tus Manos



ción masiva de un discurso persuasivo, impregne las conciencias y motive un apoyo incondicional al régimen.

La sociedad disciplinaria basada en el conformismo pasivo sustituye *por la obediencia* el apoyo movilizado al proyecto y la autoridad que lo sustenta. Para ello —como señala Brunner⁽³⁾— el orden comunicativo debe:

a) cortar los procesos verticales donde puedan surgir solidaridades orgánicas que produzcan cuerpos suficientemente independientes y fuertes para cuestionar el orden y la autoridad impuestos, y

b) controlar los procesos comunicativos públicos y “la tematización pública de las demandas sociales conflictivas”. “El mero hecho de que se logren articular demandas sociales y expresarse públicamente introduce una distorsión insostenible en la comunicación social pues manifiesta potencialmente, una impugnación del sistema prevaeciente de formación y socialización de los matices de obediencia”.⁽⁴⁾

Puesto en otros términos, se trata de lograr

una sociedad donde la buena información reemplace a la política; “de reducir lo real a un código clasificatorio y en nombre de esa unidimensionalidad abolir la política”.⁽⁵⁾ De producir un sistema comunicativo donde se reduzca al mínimo la ambigüedad de los significados operantes en la sociedad. De lograr un consenso en la eliminación de la discrepancia y mediante la interpretación uniforme de la realidad. Entonces la sociedad no definirá complejamente y en una confrontación conflictiva la realidad sino que, —a través de los aparatos de comunicación masiva y en medio de “la paz de los cementerios”— recibirá una realidad inventada, clara y ordenada.

SOCIEDAD DISCIPLINARIA Y MODO DE PRODUCCION COMUNICATIVA

Existe una relación entre el surgimiento de las sociedades disciplinarias contemporáneas y los cambios producidos en las formas de producción comunicativa de las sociedades modernizadas. La industrialización de la información y la entretención y la circulación mercantil de los mensajes permite concebir sistemas políticos en que el poder tiene sus raíces en la sujeción psicológica de una sociedad masificada. La capacidad comunicativa lograda por la impregnación social de los medios tecnológicos masivos permite la difusión de mensajes persuasivos con una efectividad desconocida. Así como la publicidad es una herramienta esencial para hacer funcionar el mercado, la cuestión de la opinión

(3) Brunner, José Joaquín. *Cultura Autoritaria en Chile*. FLACSO, Santiago, 1981.

(4) Brunner, op. cit. pág. 32.

(5) Ver Lechner, Norbert: “Sobre información y política”. Ponencia presentada al Seminario Estado, informática, comunicación y sociedad civil en América Latina”. Porto Alegre, Brasil 1981.

pública se vuelve un factor estratégico en cualquier proyecto político.

Además del poder de manejo directo y superficial de determinadas conductas, los símbolos y significados que produce la industria cultural tienen efecto en los modos como se constituyen y cristalizan las identidades sociales. Los rituales de reconocimiento se sostienen sobre mecanismos como la moda. La publicidad realiza —dentro de paradigmas caprichosos— relaciones entre valores y conceptos con una libertad imposible para cualquiera ideología. Se genera así una sustancia semántica que opera como referente e interpretante múltiple independiente de la trayectoria del individuo o grupo que la utiliza. Los grupos sociales, unidos por definiciones de intereses surgidos de situaciones colectivas de vida, son debilitados por un sistema clasificatorio útil para el mercado.

Los nuevos modos de producción comunicativa afectan el orden social por el poder de manipulación psicológica que ofrecen a quienes les controlan. Pero además, y por sobre todo, porque hacen surgir nuevos modos de integración y participación social. Por ejemplo, las fronteras entre el espacio público y el privado se diluyen. En el espacio comunicativo público se resuelven simbólicamente cuestiones privadas, como aquellas relativas a las zonas del afecto. Los saberes relativos al amor y la pareja se elaboran en las novelas rosas o los consultorios sentimentales radiales perdiendo fuerza su normatividad familiar. De manera similar —aunque contraria— desde la intimidad del dormitorio se puede asistir a través de la TV a una manifestación política masiva o al asesinato de un líder político. El quehacer político se cotidianiza y trivializa.

EL MODELO COMUNICATIVO AUTORITARIO

Como se ha señalado reiteradamente los regímenes autoritarios del Cono Sur no hacen de la movilización masiva uno de sus elementos de sustentación como lo hicieron los movimientos fascistas. Por lo contrario, el modelo social implementado fundamenta el control y disciplinamiento de la sociedad en la atomización y la pasividad. La innecesariedad de una adhesión activa explicaría el por qué, en estos casos, el elemento central de la política comunicativa no es la propaganda gubernamental. La comunicación oficial toma un carácter solapado, ocultándose tras la aparente objetividad de un periodismo adicto y convirtiéndose en campaña abierta sólo en determinadas coyunturas.

La política comunicativa implementada por el régimen militar chileno surge de dos vertientes y expresa diferentes orientaciones existentes al interior del bloque en el poder. Una liberal, cuyo acento ordenador está puesto en el mercado. La otra basada en la doctrina de seguridad nacional que propugna un control directo. El bifrontismo existente se traduce en un modelo comunicativo caracterizado por la operación simultánea de dos principios de orientación y control, uno político y otro económico. Estos actúan conjuntamente, relacionándose en un refuerzo mutuo y sin contradicciones anulantes.

La razón de por qué una lógica de control político puede coincidir con una lógica de orden económico radica en la forma particular de operar de la primera. La orientación política no es en este caso ideológica en el sentido de imponer la adhesión a metas y valores por medio de contenidos de orden racional o emotivos. En este sentido difiere de una política comunicativa

La política comunicacional del gobierno autoritario surge de dos vertientes orientadoras: La económica—liberal y la basada en la doctrina de seguridad nacional.

de tipo leninista centrada en el adoctrinamiento, también difiere de una política psicologista como la nazi. El control político se juega esencialmente en dos puntos.

a) control de las redes de emisión-recepción, y
b) control negativo de contenidos. Es decir, prohibición de la difusión de determinados contenidos. No se potencia políticamente el ámbito comunicativo, sino que contrariamente, se lo desactiva. Se inhibe la expresividad social; se prohíbe la libre y espontánea emisión y recepción de mensajes.

Las dos orientaciones de la política comunicacional del gobierno autoritario no sólo conviven sino que además lo hacen sustentadas en organismos diferentes. La orientación económica, como hemos visto, se realiza a través del mercado, al que concurren productores privados y el mismo gobierno en una franja de los medios de comunicación masivos. Este, mediante la propiedad o el control administrativo tiene tución sobre la TV y una extensa red radial además de un periódico sin importancia. La orientación de seguridad se implementa a través de organismos gubernamentales especiales dependientes del Ministerio Secretaría General de Gobierno, la Dirección Nacional de Comunicación Social y la Dirección Nacional de Organizaciones Sociales.

Las políticas comunicativas orientadas por el mercado y aquellas propugnadas directamente por el gobierno apelan a sus emisores-receptores en términos distintos. La una en término de *consumidores* capaces de una elección libre. La otra en términos de *subordinados* sometidos a una autoridad. Pero, si bien —en el modelo disciplinario implementado— el mercado es un componente de regulación comunicativa importante, opera con una regla de libre competencia relativa. Existen controles permanentes

que restringen la capacidad de muchos actores sociales para acceder a él. Por ejemplo, inmediatamente después del golpe militar; se expropiaron los medios de comunicación en manos de grupos de izquierda. Posteriormente, los grupos opositores han tenido grandes dificultades para crear cualquier medio de comunicación. Otras veces se ha clausurado o sometido a censura previa las revistas de oposición. Por otro lado se privilegia el acceso gubernamental al mercado comunicativo.

Además de privar a un sector importante de la sociedad del acceso a la propiedad de medios de comunicación se somete a una vigilancia permanente, a todo el sistema masivo. Usando normas de emergencia se opera un control férreo sobre la información. El control se hace más intolerante cuando crece la movilización opositora. Permanentemente el ojo vigilante del gobierno evita que se publique aquello que no quiere que se conozca y castiga a los medios que sobrepasan sus límites tácitos y cambiantes de tolerancia. La censura se apoya en un clima de amedrentamiento y temor y en una permanente autocensura de los periodistas que constantemente arriesgan perder desde el trabajo hasta la libertad. También en la actitud tolerante cuando no cómplice de algunos medios existentes.

Una última consecuencia de la política gubernamental en el ámbito comunicacional se refiere a la reducción del espectro de contenidos. Tradicionalmente los medios masivos se hacían cargo de publicitar el diálogo entre Estado y Sociedad realizado por los partidos y las organizaciones sociales. Roto este diálogo los medios no pueden alimentarse de un discurso de negociación y construcción de consenso. La totalidad de los medios masivos, aún los no oficialistas, se enfrentan a la inasible realidad de una sociedad

Los medios de comunicación descubren en la publicidad una nueva fuente de discurso social, con el cual alimentan su caudal comunicativo, además de su financiamiento.

políticamente amorfa y no a un discurso público complejo y dinámico de sujetos políticos en permanente constitución como ocurría en el pasado.

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

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

Es en la publicidad donde los medios de comunicación descubren una nueva fuente de discurso social, con el cual alimentar su caudal comunicativo, además de su financiamiento. A través de la publicidad se constituyen una gran cantidad de pseudos sujetos sociales, definidos exclusivamente por sus modos de consumo; pseudo sujetos que son susceptibles de ser interpelados y representados. Los modos de consumo (y las formas de vida que implican) constituyen ahora las formas privilegiadas de diferenciación social.

Los contenidos publicitarios que se incorporan en la comunicación social están necesaria-

mente acompañados del “divertimento”, puesto que es necesario atraer a los receptores, hacer que se expongan a la mayor cantidad de medios durante el mayor tiempo posible; es indispensable entretenerlos. El “divertimento” es uno de los recursos de seducción del receptor.

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

**¡VAMOS CHILENO!
A TERMINAR CON LA FARS
DE LAS NACIONES UNIDAS**



TODO CHILE CONTRA LA AGRESION INTERNACIONAL

SI A CHILI

El mercado impone sus propias reglas y modalidades al proceso comunicacional.

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

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

La información del mercado no solamente enseña a los individuos cómo comportarse en el juego de la oferta y la demanda, también constituye una forma de disciplinamiento. Interpela a los sujetos como individuos en competencia,

trazándoles proyectos de vida donde los logros colectivos están ausentes; donde el "nosotros" se constituye por la adhesión a ciertas pautas pre-establecidas y no por la elaboración compartida de metas y medios. Los sujetos se reconocen en los logros individualmente conseguidos y no en la realización colectiva.

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

El análisis de la política comunicacional implementada por el régimen autoritario pone en evidencia que la propaganda abierta no es su núcleo central y que el miedo no es su único instrumento de disciplinamiento.

La pregunta entonces es: ¿cuáles son los lugares que ocupan miedo y propaganda en esta

**Para no volver jamás a la destrucción
de nuestro patrimonio de una familia
y educación libres...**

El gobierno militar permanentemente ha recurrido al miedo como manera de lograr el necesario control social para llevar a cabo su proyecto.

política? A ella se tratará de contestar a continuación.

LOS LUGARES DEL MIEDO

Aunque una parte importante de la política de disciplinamiento se realiza a través del mercado, el gobierno militar ha debido permanentemente recurrir al miedo como manera de lograr el necesario control social para llevar a cabo su proyecto. Este se ha ejercido en distintos niveles. Primero, en el espacio comunicativo global a través de una fuerte vigilancia sobre todos los ámbitos de comunicación pública y la creciente inseguridad de toda comunicación interpersonal.

Segundo, el miedo se ha hecho presente en los medios de comunicación de masa. Estos se han convertido en pacientes y agentes del miedo; han sufrido el miedo a través de un fuerte control administrativo y una permanente censura. Asimismo, han promovido el miedo, algunos con su silencio cómplice y otros con su amedrentamiento abierto.

También el miedo se ha ejercido en todos los períodos del régimen autoritario aunque con distinta intensidad. Su utilización ha sido más intensa en dos momentos:

- a) cuando se ha hecho necesario movilizar a la sociedad en lo que siempre resulta ser una adhesión negativa del tipo "este régimen nos salva de algo muy malo", y
- b) cuando se ha hecho necesario detener una movilización social que amenaza el orden y el disciplinamiento requerido.

Analíticamente se pueden distinguir dos niveles del espacio comunicativo global en los cuales se actúa para producir un clima de miedo: a) a nivel de las redes de oportunidades de habla⁽⁶⁾ y b) a nivel del conjunto de sentidos y significados operantes.

El gobierno militar logra la ruptura y desarticulación de las redes de oportunidades de habla a través de la desarticulación y el control de organizaciones históricas de participación como partidos políticos, sindicatos, gremios, juntas de vecinos etc. Dejan así de existir un conjunto de redes en las que muchos grupos sociales encontraban y ejercían sus necesidades de comunicación.

Por otro lado, las redes que subsisten no ofrecen seguridad en términos de asegurar un derecho de expresión mínimo proporcionando sólo canales de adhesión. Asimismo los espacios de sociabilidad alternativos tienen alcances limitados por su carácter semi-clandestino. El aislamiento y la atomización lograda con la desarticulación del ámbito comunicativo crea condiciones óptimas para introducir el miedo.

El grupo aislado no puede constituirse como sujeto social en la confrontación simbólica con otros y debe aceptar las apelaciones, definiciones y clasificaciones que la imponen. El grupo aislado no sólo carece de autoexpresión sino que de una información distinta a aquella ofrecida por los canales permitidos.

Sin información no le queda otra que creer en lo que se dice o no creer en nada. Descartando el rumor no tiene acceso a informaciones distintas en cuya contrastación pueda construir su propia verdad. Sin verdad propia no puede definir un mundo para sí. O acepta inocentemente una verdad proporcionada por el gobierno, o se mueve en el vacío y la inseguridad.

-
- (6) Visualizamos el sistema comunicativo como compuesto por redes a las cuales acceden los sujetos sociales como emisores o receptores para realizar sus actos comunicativos. Estos no son simplemente producto de una voluntad o capacidad individual de comunicar, sino que dependen de oportunidades estructurales.

El discurso gubernamental señala constantemente a enemigos a los cuales invoca y elimina en un mismo acto discursivo para mantener la fuerza represiva de su doctrina.

Sin información el grupo está cada vez más aislado. No conoce de los temores, las esperanzas, los deseos y las acciones de otros grupos que están en su misma situación. No conoce la acción de otros que buscan cambiar su situación. No puede, por lo tanto, combatir su miedo con el conocimiento del miedo de otros. Sin información contradictoria más le vale creer en la información disponible.⁽⁷⁾

La información oficial aumenta el aislamiento pues cultiva la desconfianza y el miedo a la expresión de los otros. El discurso gubernamental señala permanentemente a enemigos a los cuales invoca y elimina en un mismo acto discursivo para mantener la fuerza represiva de su doctrina. Cualquiera podría llegar a ser invocado como enemigo.

La no información es un valor pues la "otra" información convierte al que la posee en un enemigo potencial. La delación es un peligro constante.

La información disponible no es interesante porque un mundo inmanejable no necesita ser hablado. Saber y comentar aquello que no puede ser modificado se convierte en una frustración.

La falta de información ampara a aquellos que se imponen por el temor. El secreto de sus acciones garantiza su impunidad y aumenta su poder de atemorizar. El secreto constituye al represor como una amenaza cuyos límites no se puede precisar.

En resumen, la desarticulación de las redes de habla deja a la sociedad privada de la confrontación de referentes múltiples.

A nivel del discurso la inseguridad social y

física y el aislamiento comunicativo hace operar nuevos parámetros semánticos. Estos son resultados de tres factores: a) de la negación de sustancias significativas acuñadas en el pasado; b) de la paralización de un campo semántico mutable y; c) de la imposición de nuevos sentidos.

En primer lugar se produce un recorte y traslación de los ejes semánticos. Muchas palabras se vuelven peligrosas en sí, independiente del contexto de significación en que se emitan. Por ejemplo, por mucho tiempo, pocos se atreven a usar el término "compañero". Una de las primeras medidas del régimen es cambiar el nombre a poblaciones y calles que están relacionadas con el pasado. Algunos hablantes no son convenientes, entre ellos, por supuesto, los discursos políticos. Además, y sobre todo durante un primer período, todos aquellos que tocan zonas con normatividades rígidas como, por ejemplo, lo sexual.

Los significados que determinan las fronteras entre lo prohibido vs. lo permitido, caos vs. orden, amigo vs. enemigo, se transforman profundamente. Se vuelve difícil para el emisor producir el discurso adecuado.

La sensación de terreno movedizo es acentuada por experiencias comunicativas anteriores. El pasado es constantemente evocado en el discurso oficial con una connotación negativa. Dos circunstancias históricas sirven para abonar una memoria traumática. La primera la podemos encontrar en los profundos cambios sociales desarrollados en Chile en la década de los 60. Los procesos de modernización, migración y urbanización son acompañadas por transformaciones importantes en los sentidos y significados. Sobre todo en aquellas comúnmente utilizadas para explicar la experiencia cotidiana. Se rompen muchas definiciones de la situación profundamente arraigadas en los sectores populares,

(7) Ver Gutiérrez, Paulina: "Notas sobre la Vida Cotidiana en un Orden Autoritario". Publicado en Araucaria Nº 10 bajo la Suedónimo de Zimena Barraza.

Para no volver jamás al desorden y la violencia callejera...

los cuales enfrentan un vacío cultural por la pérdida de valores y costumbres tradicionales. Este fenómeno se traduce en inseguridad y miedo ante un mundo que se ofrece a una resignificación abierta y permanente.

Posteriormente asistimos a una polarización en el ámbito comunicativo producto de una creciente lucha política. Brunner, refiriéndose a este problema, habla de una saturación en la esfera de la comunicación, la cual hace que el sistema produzca ruido en vez de mensajes. Cortocircuito resultante de una incapacidad del conjunto de la organización cultural para continuar procesando las demandas hechas valer por diferentes actores sociales dentro del sistema.⁽⁸⁾

Como hemos señalado, un tercer factor de cambio del ámbito discursivo es la imposición de nuevos sentidos. Estos brotan de dos fuentes doctrinales: la ideología liberal y la doctrina de seguridad nacional. La definición de mundo que se ofrece es presentada como la encarnación de una verdad permanente e incontrovertible emanada de la ciencia y expresada por boca de la autoridad. No se concibe como constituida en el enfrentamiento plural de experiencias, ideologías o visiones de mundo. Cualquier otro discurso es descalificado. Ni la sociedad ni el individuo se encuentran reflejados en el discurso que, sin embargo, se les impone.

Aumenta la alienación del discurso oficial su contraste con el cotidiano del pueblo chileno. Con un horizonte de pobreza y desesperanza, de temor y paralización, la confrontación entre el discurso del régimen y los acontecimientos —conocidos por la población pero negados en la información— producen una sensación esquizofrénica de ruptura entre sentido y realidad.

LA CONSTRUCCION INICIAL DEL MIEDO

Hay ciertas épocas en que el amedrentamiento es un objetivo central de las políticas comunicativas, no sólo su producto indirecto.

Por ejemplo, en el primer período del régimen —según lo reconoce el propio gobierno— se implementa “como en todo período de guerra, acción psicológica contra el adversario marxista-leninista”.⁽⁹⁾ En este tiempo el miedo se convierte en una herramienta estratégica y es utilizada con fuerza y eficiencia. El examen de los contenidos de la dominada y adicta prensa que subsiste después del 11 de septiembre nos revela las siguientes características en relación al empleo del miedo.

El miedo al pasado

Gran parte de los contenidos de la prensa tienden a producir una memoria negativa del régimen anterior. Se lo trata de significar como perverso y amenazante. Una de las herramientas utilizadas es la construcción de una imagen terrorífica, de un plan de exterminio masivo: el plan Z. Este, oculto para la masa de chilenos pero visible para los militantes de la UP, pretendía el asesinato de los jefes de las FF.AA., de políticos y de periodistas de oposición y la muerte indiscriminada de civiles. Se habla de 600 familias en Concepción. Incluso se llega a afirmar que esta conspiración tenía contemplado el asesinato de Allende. El Gobierno militar “salva” al país de esa amenaza.

(8) Brunner, José Joaquín: “Cultura Autoritaria en Chile”. FLACSO, pág. 27.

(9) Documento de Gobierno de circulación restringida.

Para no volver jamás a la destrucción de nuestras fuentes de trabajo...

La construcción de un enemigo

El plan Z construye, reafirma o revive una memoria traumática del pasado y a la vez permite justificar la represión en razón de la existencia de un enemigo todopoderoso y oculto. El enemigo es interpelado como "una banda de fascinosos" (15 sept. 73 EM); (x) "los 41.000 extranjeros extremistas que iban a usar las armas encontradas en los allanamientos" (15 sept. 73 EM). Y, por lo tanto, como aquéllos que es lícito encarcelar, torturar y ejecutar "en el mismo lugar de los hechos" (oct. 73, EM).

El miedo a uno mismo

El plan Z no sólo sirve para producir un corte radical en la temporalidad semántica —entre un pasado negado por su maldad y un presente afirmado en virtud de esa negación— sino que además es utilizado para producir un corte entre una chilenidad chilena, patriótica y buena y una chilenidad extranjera, traidora y mala. Mediante este mecanismo el universo de la negociación y de las lealtades flexibles es reemplazado por la irreconciliación de los opuestos. Ante esto a los chilenos no les cabe otra opción segura que elegir entre adhesión no crítica o privatización. Para no ser enemigo se debe aceptar sin condición el discurso del régimen o dejar de existir como ser político. A fines de 1973 muchas personas son relegadas por expresar públicamente opiniones contrarias al gobierno. El 16 de marzo de 1974, El Mercurio señala el peligro de la divergencia titulado: "10 Detenidos por Propagar Rumores".

El miedo a los otros

Durante largo tiempo, el Gobierno muestra el espacio público como un espacio de guerra. En él cualquiera que no sea completamente adicto puede ser definido como enemigo. Con ello, se justifica y alienta la delación. A pocos días del golpe militar se inicia una campaña por los medios masivos para ubicar y detener a los líderes de la Unidad Popular. No sólo se la alienta con el lema "denúncieles! Contribuye a limpiar tu Patria de indeseables" (26 sept. — 73, EM), sino que además se ofrece medio millón de E° por la delación. Se acentúa así la ruptura de las redes comunicativas mediante la creación de sospecha e inseguridad en los otros.

La limpieza de los enemigos

No pasa mucho tiempo sin que el régimen militar extienda la mancha de lo que hay que limpiar y aumente la categoría de los enemigos que deben eliminarse. La guerra política se convierte en guerra moral.

Se comienza con la limpieza de las murallas —"operativo limpieza" para retirar propaganda ilegal—. Luego se continúa con la limpieza de las calles. Se va de la limpieza política a la social. Leemos en El Mercurio (16 sept. 73): "Lucha a muerte contra la delincuencia", "Captura de una docena de cogoteros", "Se procedió a su inmediata eliminación". También se limpian las poblaciones: "200 detenidos en allanamientos en Villa Lo Ferrer, los con cicatrices fueron separados"; "cientos de delincuentes parten a construir caminos al norte"; "es probable que el grupo sea aumentado con nuevas redadas".

La furia aséptica cae luego sobre el comercio callejero: "limpieza en lugares infectados de ambulantes". Junto con ellos le toca a la profesión más vieja. A los prostíbulos de la calle San Ca-

(x) EM es igual a El Mercurio.

La propaganda en los comienzos del régimen militar muestra una construcción discursiva centrada en todo el eje temporal pasado vs. futuro.

milo: "limpieza total en antro de corrupción". El afán purificador es tan total que ni los animales se salvan y el diario anuncia con el mismo lenguaje enfático e irreductible: "todo perro vago será sacrificado".

A medida que crece el afán de limpieza crece el rango de los que deben ser considerados como enemigos. Entre ellos están grupos tan alejados de la lucha política como Silo o como Los Seguidores del Gran Maharaj Ji y rebeldes tan inocentes como los jóvenes de pelo largo y las muchachas que usan pantalones o siguen la moda de las faldas cortas.

LAS CAMPAÑAS PROPAGANDISTICAS

Aunque el miedo es un componente permanente del orden autoritario y la represión una actividad constante, su presencia es utilizada con diferente intensidad en los distintos períodos.

Con la institucionalización del régimen y el desarrollo del modelo económico liberal, el miedo pierde el rol central que tiene en la primera época del gobierno. Prevalece el disciplinamiento a través de un esquema de competencia individual y exaltación del consumo.

A pesar de ello el resorte del miedo sigue utilizándose en ciertas coyunturas en que es imprescindible producir una cierta movilización social de apoyo al régimen militar. Es entonces cuando la nula capacidad de lograr adhesión masiva positiva, basada en los valores, metas y logros del régimen, convierten a la memoria traumática en el único resorte utilizable.

La propaganda en la primera época

El examen de la propaganda en los comienzos del régimen militar muestra una construcción

discursiva centrada en todo el eje temporal pasado vs. futuro. En la imagen que se construye del Chile presente confluyen un Chile con problemas heredados de un pasado tenebroso y un Chile vencedor marchando hacia un futuro grandioso. El modo de comunicación utilizado es el spot publicitario o el cartel. Es decir, elementos de fácil lectura que sólo dan cabida a ideas sintéticas y requieren un segundo de atención. Se evitan los enunciados complejos que demandan tiempo y dedicación para su aprehensión.

En un cartel vemos una foto con la cara de un poblador, una dueña de casa y un empleado —representación populista de los chilenos—. Acompaña a ésta un texto en que se lee: "seguro que Ud. está pensando ¿y ahora la cuenta la pago...? ¡Cuándo me invitan a farrear otra vez, oh...! Ud. tiene la razón". Es decir, los males de hoy provienen del ayer y lo que es más grave, no de los errores sino de la sinvergüenzura de los culpables.

En otro cartel se señala con claridad quiénes son los culpables enunciados pero no identificados en el primero. En él leemos: "El marxismo ganó la batalla de la producción de escándalos. Los grandes jefes jugaban con las ilusiones de un pueblo y desgarraban sus vestiduras mientras engordaban sus billeteras. Este es el marxismo".

El lado positivo de esta negra medalla es el futuro que está en manos de los chilenos. Los slogans publicitarios rezan: "Chile en el umbral del futuro", "Chile necesita a todos los chilenos". "Chile tiene un trébol de la suerte: unidad, confianza, responsabilidad, prosperidad". "La suerte de Chile es tu suerte".

La propaganda en la consulta

En 1978, el gobierno militar en el umbral de un período de institucionalización y enfrentado

En la consulta de 1978, el gobierno militar convoca a un acto de expresión de la voluntad ciudadana, pero no lo hace en nombre de sí mismo: esconde su condición de sujeto consultante evitando ponerse como objeto de juicio.

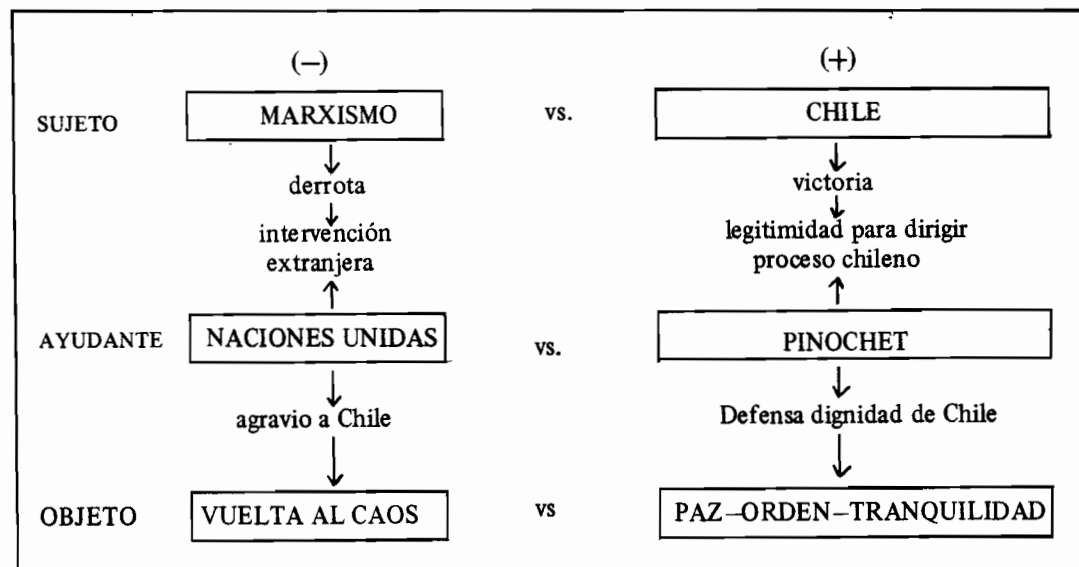
a un proceso de creciente deslegitimación convoca a la ciudadanía a una consulta. En torno a este acontecimiento se realiza un proceso de movilización que incluye una importante campaña propagandística. En ella se utiliza un diseño publicitario con dos vertientes de interpelación (lo mismo se hará después para el plebiscito). Por un lado aparecen en los medios de comunicación inserciones de numerosos grupos. Estos representan sectores de la sociedad civil: gremios, agrupaciones de mujeres, jóvenes, trabajadores, profesionales, etc. que, —como voces independientes y como expresión popular directa, —manifiestan su apoyo al acto de consulta. Por otro lado; una serie de carteles y spots publicitarios —producidos directamente por el gobierno pero presentados anónimamente— invocan a los chilenos en nombre de una entelequia que es un Chile abstracto. Es decir, el gobierno militar convoca a un acto de expresión de la voluntad

ciudadana pero no lo hace en nombre de sí mismo. Esconde su condición de sujeto consultante y de esta manera evita ponerse como objeto de juicio y por ende, de negación o aceptación.

De la misma manera el gobierno tampoco convierte su política y su ideología en objeto de consulta. El “sí” y el “no” se plantean como “sí a Chile” y “no a la agresión contra Chile”.

En realidad la disyuntiva presentada es falsa. No existe elección posible pues cualquiera opinión en contra convierte al que la emite en anti-patriota.

El discurso propagandístico se construye utilizando mecanismos de identidad y transposición semántica y creando así un universo coherente y cerrado. Se realiza un doble modelo actancial, el uno operando complementariamente como negación del otro y reforzando, por lo tanto, la significación polar puesta en juego.



Para agravar a Chile el marxismo "utiliza" a las Naciones Unidas, lo que es posible dado a que todo el mundo está "contaminado" menos Chile.

Es decir, Chile se enfrenta a un enemigo poderoso que es el marxismo. Chile ha derrotado al marxismo y lo volverá hacer. Para triunfar sobre el marxismo Chile ha sido ayudado por Pinochet que es la mejor defensa de Chile y por lo tanto el gobernante legítimo.

Para agravar a Chile el marxismo "utiliza" a las Naciones Unidas, lo que es posible dado a que todo el mundo está "contaminado" menos Chile.

De esta manera el universo de sentido ofrecido tiene un carácter melodramático, de "sí y no", de "bueno y malo", de "amigo y enemigo". En él, todo término tiene un valor absoluto; se presenta siempre como total negación de un contrario; no da lugar para matices, para parcialidades.

La propaganda en el plebiscito

Los mecanismos y el discurso que se construye en esta ocasión son, una vez más, los mismos que se han venido utilizando en la información diaria y en las campañas propagandísticas ya realizadas. Vuelve a organizarse todo el edificio semántico en torno al tema de orden vs. caos. Volvemos a encontrar el eje temporal pasado-

caótico vs. presente-ordenado y futuro-glorioso. También aquí, Chile y los chilenos se oponen al marxismo y a sus aliados, esta vez, los políticos. Asimismo, de nuevo encontramos las imágenes de "patria salvada" y de "cáncer marxista".

La única diferencia es que en esta ocasión la propaganda subraya algunos elementos que adquieren una relevancia central en el discurso dándole una fisonomía distinta. Se ponen en juego con mayor fuerza mecanismos para producir una memoria traumática del pasado. El empleo profuso de fotos de desórdenes callejeros, jóvenes en barricadas, colas por desabastecimiento está destinado a reavivar el temor al pasado y a rechazar cualquier situación que lo pudiera hacer repetible.

En segundo lugar se enfatiza el carácter permanente del cáncer marxista para justificar los aspectos represivos de la Constitución propuesta. Se trata de legitimar la idea de democracia protegida.

En tercer lugar, se refuerza la idea del plebiscito como un acto legítimo. Para ello se presenta el proyecto constitucional, no como la obra del gobierno militar, sino, como la encarnación de una verdad absoluta de la más pura esencia nacional y del más perfecto y eterno orden social.

SI A CHILE

DEFENDAMOS NUESTRA DIGNIDAD Y SOBERANÍA

Análogamente a los regímenes facistas, el régimen autoritario chileno ha utilizado la comunicación como herramienta de disciplinamiento.

LAS VOCES EN EL SILENCIO

Análogamente a los regímenes fascista, pero de otra manera, con menos evidencia y más intensidad, el régimen autoritario chileno ha utilizado la comunicación como herramienta de disciplinamiento. Su método no ha sido la apelación directa, bullanguera y multitudinaria realizada a través de permanentes campañas propagandísticas. No se ha convocado a la población con un discurso exaltante y movilizador. Los caminos elegidos han sido distintos, se ha incentivado la atomización y el silenciamiento, el temor y el retraimiento. Su acción ha apuntado a privatizar la vida, a desincentivar una sociabilidad necesaria para la constitución autónoma y libertaria de los sujetos sociales. La efectividad del disciplinamiento y la imposición exitosa del modelo social se ha centrado en el amordazamiento. Los mensajes publicitarios y de entretención han llenado el vacío informativo.

Sin embargo no se ha logrado enmudecer a la sociedad. Rompiendo las restricciones y el mie-

do algunos pocos medios de comunicación masivos han logrado articular un discurso disidente. Además, permanentemente, han brotado incontables voces de diferente origen y distintas intensidades. Algunas, como las de los estudiantes, buscando en pequeños boletines ejercer una creatividad prohibida y encontrar así sus propias definiciones de mundo. Otras, como las de los trabajadores, luchando a través de precarios medios de prensa por reanudar nexos cortados y salvar así sus organizaciones. Y... sumándose a estas, muchas más, en rayados, en volantes, en el todopoderoso e incontenible rumor. La sociedad ha logrado, de esta manera, momentos de expresividad y, por ello, de ruptura del miedo y de movilización contra el régimen. No en vano el 4 noviembre de 1984 el Gobierno Militar declara el Estado de Sitio e inmediatamente procede a clausurar a la mayoría de los medios de comunicación disidentes desatando una campaña de represión y amedrentamiento. Con ello busca volver a silenciar una sociedad que amenaza escapar a su control.