

**UNIVERSIDAD ACADEMIA DE HUMANISMO CRISTIANO
ESCUELA DE PERIODISMO**

**"EL PERIODICO THE CLINIC:
MEDIO DE DIFUSIÓN DE
UN IDEARIO CONTRACULTURAL"**

**"Análisis de contenido de portadas y editoriales de las ediciones
de las segundas quincenas del semestre abril - septiembre 2002"**

Nombre profesor guía: Alvaro Cuadra.
Nombre alumno: Francisco Ramírez.

**TESIS PARA OPTAR AL TÍTULO DE PERIODISTA
SANTIAGO, DICIEMBRE 2002**

*Agradezco la ayuda de mi profesor guía,
Alvaro Cuadra, en la perfilación y desarrollo del
presente trabajo, que en un primer momento
parecía una empresa de desarrollo insospechado.*

*Asimismo, a mi familia, profesores y amigos por
haberme acompañado en las diligencias
necesarias para llegar a este punto
previo a titularme como periodista.*

*Se espera que este volumen sea digno de un
futuro profesional de la comunicación.*

Francisco Ramírez

"Enfermedad, muerte, guerra, amenaza, destrucción, violencia en todas sus facetas, sentimientos encontrados: estos son los temas. Las pasiones, el hombre como protagonista desde su mundo interior en lo que tienen de desordenadas sus apetencias, son otros claros reclamos de interés. Las pasiones en su amplia gama: la codicia, la ira, la lujuria, los celos, la soberbia son fuentes excitantes de información en una cuantía inversamente proporcional a sus opuestos.

Dándole la vuelta a la unidad fundamental de la información, la noticia, a través de la definición clásica de que es noticia lo que interesa, habría que concluir que lo que interesa es lo negativo..."

(Maximiliano Alonso, periodista español, de su ensayo "La Contracultura de la Información", en el libro "El Canto del Cisne. Autocrítica de la Contracultura").

"El "Clinic" es el "Viva el lunes" de la contracultura. El "Noreste" vendría a ser como un programa de cable al lado de ellos. Si han peleado por la diversidad, debieran aceptar que hay otros lenguajes y maneras de aproximarse a la realidad".

(Cristian Warken, ex Director de periódico Noreste)

CAPITULO 4.- ASPECTOS TEÓRICOS DE ANALISIS DE CONTENIDO.

4. 1.- Antecedentes generales.....	pág. 102
4. 2.- Antecedentes teóricos para un análisis de portadas.....	pág. 109
4. 3.- Aspectos teóricos para un análisis de fotografía de prensa.....	pág. 120
4. 4.- Aspectos teóricos para un análisis de Editoriales.....	pág. 130

CAPITULO 5.- ANALISIS DE MATERIAL CONTENIDO EN MUESTRA.

5.1.- Diseño de Investigación.....	pág. 136
5.2.- Material contenido en muestra de análisis.....	pág. 140
5.3.- Temática general del período.....	pág. 142
5.4.- Período de muestra: referencia de las secciones constantes de The Clinic.....	pág. 145
5.5.-Análisis.....	pág. 152
5.5.1.- The Clinic n° 75 (jueves 18 de abril de 2002)	pág. 153
5.5.2.- The Clinic n° 77 (jueves 16 de mayo de 2002)	pág. 167
5.5.3.- The Clinic n° 78 (jueves 30 de mayo de 2002)	pág. 181
5.5.4.- The Clinic n° 80 (jueves 27 de junio de 2002)	pág. 193
5.5.5.- The Clinic n° 82 (jueves 25 de julio de 2002)	pág. 207
5.5.6.- The Clinic n° 84 (jueves 22 de agosto de 2002)	pág. 223
5.5.7.- The Clinic n° 86 (martes 17 de septiembre de 2002)	pág. 234

ANEXOS.

ANEXO 1: Entrevista a Patricio Fernández, Director de The Clinic	pág. 249
ANEXO 2: Entrevista a Roberto Brodsky, redactor de columna "El Cuarto Reich" de The Clinic	pág. 254
ANEXO 3: Selección de resultados de foro en www.emol.cl sobre The Clinic (realizado en 2001)	pág. 261
ANEXO 4: Dos entendidos se refieren a The Clinic (académico Eduardo Santa Cruz y periodista Hernán Millas).....	pág. 270

<u>CONCLUSIONES.</u>	pág. 274
-----------------------------------	----------

<u>BIBLIOGRAFIA.</u>	pág. 287
-----------------------------------	----------

INTRODUCCIÓN.

El periódico **The Clinic** apareció el lunes 23 de noviembre de 1998, a pocas semanas del arresto en Londres del por entonces senador vitalicio Augusto Pinochet, quien fue recluido primeramente en el centro hospitalario "The London Clinic", del cual el medio tomó su nombre.

El medio que conocemos en la actualidad se diferencia bastante de sus primeros ejemplares de no más de 4 páginas, sin precio de venta y que se distribuía de mano en mano. Desde su primer número, se posesionó del lema del ex diario El Clarín, "Firme junto al Pueblo", el que es, desde entonces, característico de **The Clinic**.

Quien después reconocería públicamente ser el director de ese medio, que en sus primeros números no registraba nombres de responsables ni redactores, Patricio Fernández Chadwick recordaba sobre esos primeros tiempos en la editorial de conmemoración del primer año: el periódico, por entonces de aparición mensual, constaba de *"los 20.000 ejemplares que sacábamos y que deambularon en bares y universidades"*. Sus temáticas, en esos primeros números eran casi exclusivamente políticas, y centradas en el juicio de Pinochet. El periódico aparecía en blanco y negro, al igual que en la actualidad.

El mismo Fernández relató, en un seminario convocado por la Universidad Academia de Humanismo Cristiano en el año 2000, el origen de **The Clinic**:

"Nos juntamos un día en una mesa como cuatro personas por las ganas de hacer un medio en papel donde dijéramos lo que se nos diera la gana."

En esa oportunidad, nos empezamos a reír de los otros medios. El comienzo del Clinic fue algo así como una revista que se ría del modo de dar las noticias de los otros diarios. Uno no encontraba en los quioscos revistas ni diarios que hablaran como uno hablaba o que dijeran las noticias como uno tenía la total certeza de que las cosas eran.

Era justo en el tiempo que Pinochet cayó preso en Londres. La prensa internacional hablaba del gorila detenido, del asesino descubierto y en Chile se hablaba del senador raptado y cosas por el estilo, lo que era francamente raro, porque todos en un bar o en un restaurant hablaban de otra manera.

Empezamos con un par de hojas. Luego fue cambiando el grupo, pusimos plata del bolsillo, etc.

El cuento no fue decir hagamos un diario marginal o un diario rupturista donde pasemos a ser la piedra de escándalo de Chile, donde hablemos sin tapujos, tanto hueveando las noticias de la realidad como hueveando nombres que nos parecían curiosos como el de Longueira. Todo esto fue haciéndose al paso. Yo sigo encontrándolo pésimo, pero se puede mejorar.

No quisiera pedirle plata al gobierno, y no quisiera que me la den, para poderlo huevear. Independiente de si me gusta o no el gobierno y de mi voto. (...) Esto partió de hacer lo que nosotros teníamos la real gana de hacer y parece que la gente que está dispuesta a recibir y aplaudir las huevadas que huevones que tienen la real gana de hacer hagan es bastante más de la que se piensa" (los subrayados son nuestros)¹.

¹ Expresiones emitidas por Fernández en la Mesa n° 5 -"Cultura y Fronteras: los usos de los márgenes"- del Seminario: "Los Usos de la Cultura", realizado en la Universidad Academia de Humanismo Cristiano entre el 3 de mayo y 7 de junio de 2000. (Extraído de www.academia.cl).

A partir de entonces, el medio comenzó una vigorosa expansión que, salvo un receso de 8 meses, ha sido ininterrumpida y gracias a la cual ya llevan 4 años y más de 90 números publicados.

En tal lapso **The Clinic** consiguió un respaldo considerable, refrendado por un indesmentible éxito de ventas que hoy -según miembros del equipo editorial- rebasa los 50 mil ejemplares vendidos cada quincena.

Triunfo, es cierto. Pero, también para el medio verse sujeto a la crítica y el cuestionamiento de la propuesta. A múltiples cartas de repudio y burla que se reciben en la redacción (muchas de ellas publicadas en el periódico) se suman ataques puntuales. El más bullado de ellos fue una estratagema de El Mercurio (como antecedente de tal enemistad piénsese sólo que el primer suplemento de **The Clinic** se llamó "El Mercurio"...) a fines de 2001, que -escudándose en su suplemento Zona de Contacto- publicó un (a nuestro juicio) insidioso reportaje relacionado con la partida de dos redactores de **The Clinic**, el argentino Enrique Symns y el chileno Pablo Azocar. En la publicación se ventilaron las querellas de los dos mencionados con un llamativo despliegue de autocomplacencia, dejando a los miembros de **The Clinic** poco menos que como un grupo de estafadores y fascinerosos. Incluso, días después, el portal electrónico de El Mercurio convocó a un foro en torno a la pregunta "¿Qué opina usted de la polémica situación del diario The Clinic?". El quincenario no respondió públicamente al ataque. Sin embargo, sus lectores se percataron del curioso nombre con que el nuevo suplemento del medio parodiaba el del suplemento Zona de Contacto: el no muy académico "Zorra de Contagio"...

Decimos que este fue el cuestionamiento más bullado. Sin embargo, involucrados con el Consorcio Copesa también han tenido reparos con el modo de hacer de **The Clinic**. En efecto, tras la publicación (septiembre de 2002) en el medio de una nota que informaba de una negociación colectiva de trabajadores de La Tercera, el Presidente del Sindicato 3 de Periodistas y afines de Copesa, Osvaldo

Navas, envió una carta al director de **The Clinic** en donde reprocha al medio el haber realizado su nota sin *"un principio básico del periodismo y de los periodistas (que) es el REPORTEO"*. Otras acusaciones contenidas en la misiva: *"The Clinic NUNCA reportó lo que sucedía"*. *"The Clinic no se molestó siquiera en llamar a algún dirigente sindical (de Copesa)"*. Además, el autor de la nota *"actuó con falta de profesionalismo y ni siquiera llegó a la A. Del abecedario de un periodista"*. Se hacía, finalmente un llamado a *"trabajar con seriedad. (ya que) La liviandad en el estilo no necesariamente debe reflejarse en el fondo de las notas"*.

Pero las críticas no se han reducido a cartas y reportajes. Así, por ejemplo, y en el marco de las últimas elecciones presidenciales, el 23 noviembre de 1999, el periodista Angel Carcavilla, columnista de **The Clinic**, se salió de libreto en el programa "Celedón, Villegas y Cía", de Chilevisión y comenzó a cuestionar la vida sexual del candidato Lavín y su esposa. A raíz de ello, Chilevisión emitió un comunicado en el noticiero de la noche en el que se calificó de "inadecuadas" las expresiones y se ofreció disculpas "a quienes hayan sido aludidos u ofendidos, en especial al candidato presidencial Lavín".

Por esos días, el director de **The Clinic**, Patricio Fernández, también debió pagar un precio por la publicación. A fines de ese mismo mes de noviembre, asistió a una reunión social en la que fue increpado verbalmente por Carlos Alberto Délano, socio del grupo Penta y accionista del Banco Chile. En la ocasión, otro asistente, Alan Cooper, le dio una bofetada, a raíz de informaciones sobre el caso Guzmán publicadas en el medio dirigido por Fernández.

Para concluir esta breve reseña de ciertas dificultades acaecidas en la historia del medio, baste decir que el mismo Fernández fue retirado a mediados de 2002 del programa de debate de Chilevisión El Termómetro, luego de que Carcavilla llamara "Chulovisión", al mencionado canal, en su columna "Maldita TV". Nunca más Fernández ha sido invitado al programa.

Pero volvamos un poco a nuestra pronunciación determinante del medio. Por las páginas de **The Clinic** han circulado nombres de colaboradores tan diversos como el ya mencionado argentino Enrique Symns, Angel Carcavilla, Rafael Gumucio, Pedro Lemebel, Pablo Azocar, Roberto Brodsky y Pedro Peirano, entre otros, muchos de los cuales se caracterizan por un reconocido perfil contracultural.

Es precisamente para tratar de articular una definición de ciertas características sustanciales del discurso contenido en este medio que nos abocaremos a analizar las portadas y editoriales de las segundas quincenas del semestre comprendido entre los meses de abril a septiembre, según nuestra consideración de que ambos son elementos emblemáticos de **The Clinic**.

Creemos que a lo largo de su existencia **The Clinic** ha ido elaborando una propuesta novedosa y llamativa dentro del panorama general de la prensa chilena de los últimos años. Sostenemos que los ejes fundamentales del concepto del periódico radican, entre otros, en su abordaje de las temáticas de contingencia desde un enfoque que privilegia la provocación, el humor, la ironía, y el empleo consciente de una gráfica mordaz. Evidenciamos nuestro reconocimiento de que no se trata de una forma estrictamente informativa, sino que se trata de una tentativa diferente y con características propias que le alejan del canon tradicional de la profesión periodística.

En sus páginas existen otros elementos temáticos como la investigación de antecedentes cercanos de nuestra historia nacional (el régimen autoritario, las paradojas de la democracia actual, entre otros), y la inclusión privilegiada de personajes e idearios provenientes del mundo popular y/o marginal, etc.

En tal sentido, es que **nuestra hipótesis versa sobre la conformación de un discurso que puede desprenderse al analizar números de la publicación y constatar que existe una continuidad de ciertas temáticas e interpretaciones, tendientes a formular un discurso contracultural al imperante en la sociedad**

nacional. En efecto, como cualquier publicación, **The Clinic** está estructurado en secciones, pero sostenemos que allí se abordan contenidos de modo particular, que lo diferencian del grueso de publicaciones periodísticas de nuestro país. **En síntesis, si en las páginas del periódico The Clinic se sustenta un discurso crítico de tipo contracultural, nos preguntamos ¿cuáles son sus contenidos y representaciones fundamentales?**

Existen, además, otras interrogantes complementarias que nos proponemos abordar. Así, entre otras, ¿a qué factores obedece la permanencia temporal de **The Clinic** y la fidelidad de sus lectores? ¿Se encuentra en esta publicación una cuota de seriedad o de rigurosidad, o, en cambio, sólo el elemento humorístico es el que le respalda y le hace popular? Si ha de persistir en el tiempo, ¿de qué modo evolucionará **The Clinic** a futuro, según la visión de sus propios autores?

Por otra parte, nos impulsan nuevas incógnitas:

- ¿El empleo, por parte de algunos redactores de **The Clinic**, de palabras altisonantes y obscenidad lingüística y temática es un recurso de marketing u obedece a un afán de libertad de expresión y de ataque a la moralidad instituida?
- ¿Es **The Clinic** "políticamente incorrecto" o sus motivaciones para atacar a ciertos políticos y personeros obedece a una estrategia insospechada?
- ¿Qué capacidad de veracidad tiene un periódico que interpreta arbitraria y tendenciosamente la información?
- ¿Es lícito, en periodismo, manipular o inventar declaraciones, retocar fotos o inventar entrevistas?

- ¿De que manera **The Clinic** se plantea frente a la hegemonía del duopolio El Mercurio / Copesa al atacar a sus publicaciones y su modo de hacer periodismo?
- A la luz de otras publicaciones como "La Firme", "El Periodista", "Noreste", "Siete más Siete", etc ¿puede plantearse el surgimiento de un periodismo nuevo en Chile, como parte de una urgente, necesaria e indetenible renovación del hacer de la profesión periodística?

Es para tratar de dar respuesta a tales interrogantes que se ha planteado como objetivo general de esta tesis el que es enunciado a continuación:

- Determinar algunas estrategias del periódico **The Clinic** usadas en la conformación de su análisis de la sociedad nacional, caracterizado por una crítica a instituciones, hechos y personalidades contingentes o históricos y por una propuesta de un tipo contracultural.

Para ello nos abocaremos a desarrollar como objetivos específicos:

- Análisis y comentar algunas secciones de **The Clinic**, con el fin de ilustrar que hechos o personajes de la sociedad nacional son privilegiados en sus páginas y de que modo;
- Enunciar los constituyentes de su estrategia comunicacional² en lo referente a tratamiento y cobertura de contenidos;

² Para efectos de este trabajo tomaremos la definición de la periodista Roxana Alvarado, quien en su artículo "La Cuarta y La Chabacanería", incluido en el libro "La Pantalla Delirante" (pág. 199) estipula que estrategias comunicacionales son *"mecanismos concretos articulados entre sí que permiten ciertos objetivos y ciertas construcciones de sentido. La estrategia de comunicación es una pieza explicativa fundamental de la preponderancia que han conseguido los medios de comunicación de masas..."*.

- Relacionar su formato y temática con elementos provenientes de la prensa independiente, el nuevo periodismo norteamericano y la contracultura de los años 60; y
- Reconstruir el proceso gradual que ha ido conformando la entrega de **The Clinic** hasta concluir en su propuesta presente.

Con respecto a la postura de **The Clinic** nos parece necesario reseñar que en las páginas de este periódico las críticas se dirigen a sectores de índole diversa en el campo político, ya sean de derecha o de izquierda. Esto no es un punto menor: en efecto, uno de sus elementos centrales es su tendencia a desacralizar a personajes públicos de diversa tendencia, y a otros no necesariamente políticos. En efecto, en la actualidad, **The Clinic** plantea la existencia de otros "antagonistas del pueblo" que enuncian en sus análisis de la contingencia.

Reiteramos que establecemos nuestra suposición de que es en el campo de las propuestas culturales (y ya no prioritariamente en su postura política) en donde se debe buscar la formulación de un discurso alternativo de tipo contracultural, por parte de **The Clinic**. En síntesis apuntamos a describir el discurso de **The Clinic**, determinando sus directrices principales, las que consideramos remiten a una crítica contracultural dirigida a instituciones, hechos y personalidades contingentes o históricos de nuestra sociedad y expresado por medio de tácticas comunicacionales novedosas en el panorama de la prensa escrita actual.

Para realizar tal meta, como ya se dijo, tomaremos como objeto de estudio ejemplares publicados entre los meses de abril a septiembre del presente año, los que creemos están abocados a un análisis de la coyuntura más amplio, y no tan centrado en el acontecer político como lo era en su primer período. Tal semestre es, además, elegido por dos razones: acotar nuestro período de análisis dentro del contexto de una publicación que en la actualidad ya lleva más de 90 ejemplares, atendiendo, además,

a que partimos del supuesto de que durante el presente año el periódico ha diversificado su temática. En segundo lugar, creemos conveniente analizar un período concreto tal que hayamos de emprender un estudio de contenido abordado de manera acusiosa.

**PREÁMBULO: CONSIDERACIONES
EN TORNO A LA "CONTRACULTURA"**

a) Contracultura: adhesiones y cuestionamientos.

En un ámbito definitorio, el término "cultura" es objeto de numerosos registros. Desde mediados del siglo pasado, otro concepto ha llevado a problematizar aún más el complejo ambiente de las disquisiciones en torno al análisis de la cultura. Se trata del término "contracultura". A primera vista y por una mera advertencia sonora del vocablo, podría suponerse que se trata de una estrategia que atenta contra la cultura en sí. Hay que precisar tal malentendido: no se trata de una "Anticultura". En efecto:

"(...)la etiqueta de "contracultura" es asaz desgraciada porque produce la impresión de que viene a sustituir a la cultura o a negarla. Nada de eso. Las expresiones contraculturales son una manifestación más del eterno proceso de creación y sustitución de formas de cultura. Es más: pasados que han sido ya unos lustros, lo que un día fue innovación y revulsivo se torna sosegado y hasta "establecido"³ (los subrayados son nuestros).

El párrafo anterior está extraído del artículo "Lo que queda de la contracultura", escrito por el español Amando de Miguel. Si bien la realidad de cada país expresa variantes propias, es cierto que en España como en Chile se vivió un período posterior a una dictadura, en el que se registró una cierta liberalización de costumbres, fenómeno que, para nuestro análisis, situamos como referente, hecha la salvedad anterior.

Sostenemos, lo repetimos, que en nuestro país se experimenta una liberalización de costumbres. Como señalan muchos pensadores -Tomas Moulian, entre ellos- hay transformaciones culturales que sustentan tal fenómeno, las que se deben, principalmente, a la consagración de una sociedad de consumo, caracterizada

³ Varios autores, "El Canto del Cisne. Autocrítica de la Contracultura", Secretariado de Publicaciones de la Universidad de Zaragoza, Zaragoza, España, 1985. Pág. 127.

por un hedonismo presentista que posterga toda privación para reemplazarla por un inmediatismo, asegurado por el acceso generalizado al crédito. Esta dualidad llegaría a tal punto de conflicto que se habría registrado una inversión de valores. *"Mientras que antaño la glorificación de los impulsos prohibidos despertaba sentimientos de culpa, ahora el no lograr divertirse disminuye la propia estima"*⁴. A esto, hay que añadir una actual contradicción en la sociedad, la que se fundaría en el vertiginoso cambio que experimenta, el que provoca que conducta, gustos, relaciones interpersonales y objetivos de la población se manifiesten difusos o a menudo francamente discordantes.

A nivel cultural, este auge de la sociedad de consumo ha recibido cuestionamientos con relevancias y consecuencias diversas. Una de estas críticas provino de lo que fue denominado "contracultura".

Daniel Bell, sociólogo norteamericano, nos indica que sus orígenes se remontarían a un movimiento surgido en la década del 60, asociado a la cultura psicodélica. Su reprobación apuntaba al estilo de vida imperante en los estamentos más conservadores de la población. *"(...)La burguesía -se nos dijo- está obsesionada por la codicia; su vida sexual es insípida y gazmoña; sus pautas familiares están envilecidas; su servil sumisión en la vestimenta y el atuendo son degradantes; su mercenaria rutinización de la vida es intolerable"*⁵

Bell no es muy entusiasta con los alcances del movimiento. De hecho, tras reconocer que en su momento se trató de una tentativa escandalosa, que a pesar de ello no fue revolucionaria (al ser una mera extensión natural de movimientos hedonistas anteriores, dirigidos por elites de pensamiento "avanzado") concluye enjuiciando con una sentencia lapidaria: *"La contra-cultura resultó ser un engaño."*

⁴ Bell, Daniel, "Las Contradicciones Culturales del Capitalismo", Alianza Editorial, Madrid, España, 1977. Pág. 78.

⁵ Op. cit. Pág. 80.

(...)Al final, produjo poca cultura y no se opuso a nada¹". Tal fue su resultado, el que sin embargo, para Bell tiene su rasgo relevante en la intención de las masas de poder acceder a experimentar un estilo de vida que antes era privativo de pequeños grupos de artistas talentosos.

Más antecedentes sobre el movimiento están presentes en la obra del historiador Eric Hobsbawm quien indica que en los 60's la revolución cultural se enfrentó con valores asentados en el seno de la familia y del hogar, cuyos fundamentos se vieron severamente socavados ya desde los años de la segunda posguerra con el surgimiento de ciertos grupos de oposición, aún un tanto marginales. Pero ya en los 60 la subversión se hizo planetaria de la mano de manifestaciones en las que la música rock, el culto de la juventud, la radicalización política y el auge de ciertas actitudes contestatarias chocaron con lo preestablecido. Sobre esos tiempos, observa Hobsbawm:

"La inmensa mayoría de la humanidad compartía una serie de características, como la existencia del matrimonio formal con relaciones sexuales privilegiadas para los cónyuges (el "adulterio" se considera una falta en todo el mundo), la superioridad del marido sobre la mujer ("patriarcalismo") y de los padres sobre los hijos, además de la de las generaciones más ancianas sobre las más jóvenes, unidades familiares formadas por varios miembros, etc."²

Estas estructuras entraron en crisis. La causa de ello ha de asociarse con cambios del comportamiento sexual de los integrantes de las familias, específicamente de los miembros más jóvenes, quienes ejercían nuevos modos de relacionarse a nivel corporal, sentimental, etc., lo que redundó en modificaciones de la sexualidad, ahora no tan sólo reducida a su función de reproducción.

¹ Op. cit. pág. 86.

Las leyes de la época trataron de adaptarse a estos cambios: a "adaptarse" ya que la actitud de los jóvenes, indiferente a la legalidad restrictiva, se mostraba narcisista y, como tal, obedecedora de sus propios deseos. Principalmente, la sexualidad, reiteramos:

"Oficialmente esta fue una época de liberalización extraordinaria tanto para los heterosexuales (o sea, sobre todo, para las mujeres, que hasta entonces habían gozado de mucha menos libertad que los hombres) como para los homosexuales, además de para las restantes formas de disidencia en materia de cultura sexual³".

Pero la liberalización de la sexualidad en los 60 no estuvo sola. Estuvo aliada del consumo de drogas, una de las formas *"más evidentes de romper las ataduras del poder, las normas y las leyes del Estado, de los padres y de los vecinos⁴"*, al decir de Hobsbawm.

Las drogas, pese a su alto consumo y a diferencia del alcohol y del tabaco, fueron ilegales y un poco antes de la mitad del siglo pasado su consumo era privativo de cierta aristocracia artística o, en su contraparte, de la clase baja y marginal. Mas, en los 60 su consumo se masificó, estableciéndose en la rutina de muchos jóvenes, y constituyéndose *"no sólo en un acto de desafío, sino de superioridad sobre quienes la habían prohibido⁵"*.

Pero tales sucesos no pasaron desapercibidos. Justamente, *"la nueva ampliación del comportamiento públicamente aceptable, incluida su vertiente sexual,*

² Hobsbawm, Eric, "Breve Historia del Siglo XX", Grijalbo Mondarori, B. Aires, Argentina, 1998. Cap. XI. "La Revolución Cultural", pág. 323.

³ Op. cit. 324.-

⁴ Idem.-

⁵ Op. cit. 335.-

*aumentó seguramente la experimentación y la frecuencia de conductas hasta entonces consideradas inaceptables o pervertidas, y las hizo más visibles*⁶"

Como sustrato multitudinario de este cambio cultural, se produjeron, por una parte, movimientos generacionales en torno de las propuestas de la música rock (con todas sus variantes estéticas y de contenido), que redundaron en la realización de tumultuosas concentraciones de jóvenes en festivales en los que se daba forma a todo un nuevo ideario de existencia juvenil, y, consecuentemente, en el auge de una poderosa y millonaria industria discográfica.

Por otra parte, se presentó también la radicalización política, con toda la conocida agitación de esa década, uno de cuyos rasgos fundamentales fue la desconfianza del "poder", sobre todo si este estaba representado por figuras caducas o despóticas.

Esta suspicacia tenía sus antecedentes recientes en las aristas de la sociedad de esa época; vale decir, en la actividad replegada de "*contingentes reducidos de disidentes y automarginados culturales etiquetados de varias formas (...) que negaban el carácter plenamente humano de toda generación que tuviese mas de treinta años, con la salvedad de uno que otro gurú*"⁷.

Sin embargo, este extremismo conllevaba una **forma muy particular de considerar la política: una que la juzgaba de acuerdo con su capacidad de asegurar la posibilidad individual de soñar utopías.** Es lo que Hobsbwam califica el "carácter iconoclasta" de la cultura juvenil de esos años:

⁶ Idem.-

⁷ Op. cit., 336.-

"El carácter iconoclasta afloró con la máxima claridad en los momentos en los que se le dio plasmación intelectual, (como en la máxima del mayo francés del 68 "Prohibido Prohibir", etc.) pero, contrariamente a lo que se pudiese pensar, esas no eran consignas políticas en el sentido tradicional, ni siquiera en el sentido más estricto de abogar por la derogación de leyes represivas. No era ese su objetivo sino que (...)la afirmación de que el compromiso político obedecía a satisfacciones y motivos personales⁸"

Las culturas juveniles de los 60 eran, además de iconoclastas, populistas. Esto implicaba que gran parte de la juventud de clase media y alta comenzara a buscar modelos en manifestaciones como la música, la forma de vestir y el lenguaje (con todo lo chocante que este tuviera en un primer momento). provenientes de representantes de clases poco adineradas y socialmente poco influyentes de las urbes. El fenómeno no era del todo nuevo: como antecedente, el populismo en la cultura puede remitir al movimiento romántico europeo y a ciertos teóricos de la Modernidad (como por ejemplo, Baudelaire) que buscaron en las tradiciones y usos populares elementos de inspiración o análisis.

Pero en los 60 el populismo se perfiló como una manifestación generalizada de oposición a la cultura imperante. Reseña Hobsbawm: *"Baste considerar que el estilo populista era una forma de rechazar los valores de la generación de los padres o, más bien, un lenguaje con el que los jóvenes tanteaban nuevas formas de relacionarse con un mundo para el que las normas y los valores de sus mayores parecía que ya no eran validos⁹".*

El historiador concluye que la catarsis de esos años se presentó bajo la forma de una experimentación individualista de satisfacción de los deseos, en *"un mundo de un individualismo egocéntrico llevado al límite¹⁰"*, el que se sustentó, estrictamente hablando, no tan sólo en un cuestionamiento de la moralidad, sino que también en la

⁸ Op. cit., 334.-

⁹ Op. cit., 333.-

¹⁰ Op. cit. 335

convicción -que se han aprovechado muy bien y ya desde esos años en las estrategias publicitarias de las industrias de masas- de que esos deseos eran justificables por ser aceptados por la mayoría.

Por su parte, el teórico norteamericano David Harvey registra, para comprender lo que denomina "*los diversos movimientos contra-culturales y anti-modernistas de la década de 1960*", los siguientes parámetros:

"Para oponerse al carácter opresivo de la racionalidad técnico-burocrática con fundamentos científicos, que provenía del poder monolítico de las corporaciones, del Estado y de otras formas del poder institucionalizado (incluyendo el de los partidos políticos y los sindicatos burocratizados), las contra-culturales exploraron ámbitos de realización individual mediante políticas específicas de la "nueva izquierda", adoptaron gestos anti-autoritarios, hábitos iconoclastas (en la música, vestimenta, el lenguaje y el estilo de vida), y cultivaron la crítica de la vida cotidiana. Con eje en las universidades e institutos de arte, y en las márgenes culturales de la vida de la gran ciudad, los movimientos ganaron las calles hasta conformar una gran ola de rebelión que culminó en Chicago, París, México, Madrid, Tokio y Berlín con una sublevación global en 1968"¹⁶ (el subrayado es nuestro).

Pero antes de la década del 60, ya existían antecedentes que podrían anunciar lo que vendría: el génesis del malestar que desembocaría en los movimientos contraculturales. Uno de estos antecedentes guarda relación con el estado de la cultura de Occidente, el que terminaría oponiéndose a la realización armónica y feliz del individuo. Eso, al menos, es lo que postuló Sigmund Freud en un libro publicado por primera vez en 1924.

Nos retraeremos, pues, por unos momentos hasta sus teorías.

¹⁶ Harvey, David, "La Condición de la Posmodernidad. Investigación sobre los orígenes del Cambio Cultural", Amorroutu Editores, Buenos Aires, Argentina, 1998. Pág. 55.

b) Preliminares del cisma cultural: los presentimientos de Freud.

"Si la evolución de la cultura tiene tan trascendentes analogías con las del individuo y si emplea los mismos recursos que ésta, ¿acaso no estaría justificado el diagnóstico de que muchas culturas -o épocas culturales, y quizás la Humanidad entera- se habrían tornado "neuróticas" bajo la presión de las ambiciones culturales?"

(Sigmund Freud:
"El Malestar en la Cultura")

La visión freudiana en torno de una oposición a lo cultural remite a lo que pierde el hombre al dedicarse al desarrollo de la cultura. En efecto, tras declarar que el hombre persigue ser feliz, el psicoanalista austríaco establece que la cultura conlleva dificultades para tal fin.

"Es forzoso reconocer la medida en que la cultura reposa sobre la renuncia a las satisfacciones instintuales. (...) Esta frustración cultural rige el vasto dominio de las relaciones sociales entre los seres humanos y ya sabemos que en ella reside la causa de la hostilidad opuesta a toda cultura"¹⁷ (subrayados nuestros).

Freud acusa a la cultura de insuficiente para concretar un sistema que brinde felicidad y, además la culpa de no sortear males "evitables". Para Freud, las causas del *malestar en la cultura* tendrían un desarrollo histórico que se remontaría, primeramente, al triunfo del cristianismo sobre el paganismo, con lo que se estableció

¹⁷ Freud, Sigmund, "El Malestar en la Cultura", Editorial Biblioteca Nueva, Madrid, España, 1999. Pág. 90.

un primer elemento "anticultural" asociado con la depreciación cristiana ante lo terrenal.

Después, un punto intermedio lo constituirían los contactos, producto de viajes de descubrimiento y de colonización, entre civilizaciones avanzadas con otras primitivas, lo que motivó que las primeras malinterpretaran "*la vida simple, modesta y feliz*", de las segundas, relacionándolas con que un menor desarrollo cultural reduciría las complejidades de la existencia.

Por último, en el último estadio, el actual, "*el ser humano cae en la neurosis porque no logra soportar el grado de frustración que le impone la sociedad en aras de sus ideales de cultura, deduciéndose de ello que sería posible reconquistar las perspectivas de ser feliz, eliminando o atenuando en grado sumo estas exigencias culturales*¹⁸".

De esta conclusión, Freud deriva en una teoría en la que un constituyente de la personalidad neurótica, el *sentimiento de culpabilidad* es descrito por el psicoanalista como el "problema más importante de la evolución cultural".

Al respecto, explica Freud que "*el precio pagado por el progreso de la cultura reside en la pérdida de la felicidad por aumento del sentimiento de culpabilidad*¹⁹". Luego, precisa que tal "culpabilidad" no siempre se hace patente, y muchas veces no alcanza a expresarse a nivel de consciencia, por lo que se desplaza, razón de lo que "*se concibe fácilmente que el sentimiento de culpabilidad engendrado por la cultura no se perciba como tal, sino que permanezca inconsciente en gran parte o se exprese como un malestar, un descontento*²⁰" (Los subrayados son nuestros).

¹⁸ Op. cit, pág. 81.-

¹⁹ Idem, pág. 124.

²⁰ Idem, pág. 125.

Asimismo, constata la existencia de un antagonismo entre lo individual y lo cultural. Se trata de una suerte de diferencia de intereses de la que se puede deducir una lucha a nivel de la cotidianeidad. Este es el diagnóstico de Freud:

"La evolución del individuo sustenta como fin principal el programa del principio del placer; es decir, la prosecución de la felicidad, mientras que la inclusión en una comunidad humana o la adaptación a la misma aparece como un requisito ineludible que ha de ser cumplido para alcanzar el objetivo de la felicidad; pero quizás sería mucho mejor si esta condición pudiera ser eliminada. En otros términos, la evolución individual se nos presenta como el producto de la interferencia entre dos tendencias: la aspiración a la felicidad, que solemos calificar de "egoísta", y el anhelo de fundirse con los demás en una comunidad, que llamamos "altruista". (...) Como ya lo hemos dicho, en la evolución individual el acento suele recaer en la tendencia egoísta o de felicidad, mientras que la otra, que podríamos designar "cultural", se limita generalmente a instituir restricciones".²¹

Pero Freud va aún más allá. Plantea que puede establecerse una extrapolación de similitud entre los planos de la vida individual y el desarrollo cultural, en cuanto a que en ambos se podría percibir la influencia coercitiva de un "super - yo"²².

Freud decreta que las normas coercitivas de lo que llama "super - yo cultural" se concentrarían en las normas éticas, de las cuales surgiría un inevitable conflicto, una contradicción: *"eliminar el mayor obstáculo con que tropieza la cultura; la tendencia constitucional de los hombres a agredirse mutuamente"*²³.

²¹ Idem, págs. 129 y 130. El subrayado es nuestro.

²² Suscintamente el "super - yo" puede ser descrito como la conciencia moral que subordina al "yo" y dificulta su desarrollo mediante la inflicción de lo que Freud denomina "necesidad de castigo".

Explica Freud:

"El mandamiento "amarás al prójimo como a ti mismo" es el rechazo más intenso de la agresividad humana y constituye un excelente ejemplo de la actitud antipsicológica que adopta el super-yo cultural. Ese mandamiento es irrealizable. (...) Quien en el actual estado de la cultura se ajuste a semejante regla, no hará sino colocarse en situación desventajosa frente a todos aquellos que la violen. ¡Cuán poderoso obstáculo debe ser la agresividad si su rechazo puede hacernos tan infelices con su realización²⁴!"

²³ Idem, pág. 131.

²⁴ Idem, pág. 132

c) Propuestas y contradicciones de la contracultura.-

Volvamos a la contracultura.

Existen análisis no tan rotundos en su incredulidad con respecto de los alcances logrados por ésta. Por ejemplo, volvemos a citar el libro "El Canto del Cisne". En su Introducción, el español Miguel Green recuerda la existencia de la redacción de una *"nueva declaración de los derechos del Hombre, resumida en un hermoso decálogo, cuyo cumplimiento proporcionaría a la humanidad la verdadera y ansiada felicidad"*. Propuesto por Richard E. Farson, este decálogo presenta una poética elocuencia para desmontar la construcción del prejuicio de que lo contracultural sería una suerte de terrorismo de la cultura. Lo citaremos, pues, íntegramente:

"El Derecho al Ocio, como derecho al no-trabajo; el Derecho a la Belleza, en una interpretación revolucionaria y antiplatónica de ésta; el Derecho a la Salud, considerando como tal la condición positiva del bienestar; el Derecho a la Intimidad, básico para la desalienación del hombre y para su individualidad; el Derecho a la Verdad, frente a la hipocresía política y social; el Derecho al Estudio, entendiendo como tal un aprendizaje vital y enriquecedor, y no una necesidad basada en la formación de técnicos útiles a la sociedad; el Derecho a Viajar, eliminando las fronteras establecidas por los Estados; el Derecho a la Satisfacción Sexual, tan legítimo y necesario para el desarrollo de la personalidad como cualquiera de los anteriores; el Derecho a la Paz, expresado entre el fragor vietnamita y con el telón de fondo de la guerra fría; finalmente el Derecho a Ser Únicos preservando nuestra diversidad y uniformidad"²⁵.

²⁵ Varios autores, "El Canto del Cisne. Autocrítica de la Contracultura", Secretariado de Publicaciones de la Universidad de Zaragoza, Zaragoza, España, 1985. Pág. 18.

Por su parte, en el mismo libro, Amando de Miguel en su ensayo "Lo que queda de la contracultura" hace hincapié en que los valores contraculturales si bien no eran nuevos, fueron formulados de manera conjunta. Eso sí fue lo inédito, indica, como también el amplio respaldo de sustento por parte de jóvenes y medios de comunicación. ¿Cuáles serían estos "valores" para el español? Los siguientes, con énfasis de su autor:

- 1) *El hedonismo* y el culto al cuerpo;
- 2) El *liberacionismo*, que es el contrapunto de la persecución de la libertad abstracta y que se centra en objetivos monotemáticos, según los grupos que los adoptan: separación entre sexo y procreación, pacifismo, ecologismo;
- 3) La *autonomía juvenil* y en general para todos los grupos que se sienten en minoría y preteridos; y
- 4) La *desconfianza de las grandes organizaciones*, sean iglesias, partidos políticos y naturalmente empresas.

Una de las contradicciones de la contracultura -tal como ha sucedido por lo general con todo movimiento cultural rebelde- es la posibilidad de ser absorbida por el mismo sistema que critica. Ahora bien, lo particular de nuestros tiempos es que esta absorción es impulsada desde el mismo sistema, que ve en las formas rupturistas un elemento de novedad, de sacudida para públicos siempre necesitados de estímulos nuevos. *"No cabe duda de que muchas de las manifestaciones duras de una parte de la juventud actual provienen de una posición de rechazo y en este sentido son contraculturales; pero cuando (los jóvenes) se hacen acrílicos, cuando no se cuestionan nada y se limitan a dejarse hacer, en ese momento se aburguesan, formando parte de lo establecido"*²⁶

Esta es la paradoja de toda crítica radical: que sea activamente propositiva (positivamente destructiva, según el punto de vista) o, por otra parte, que decaiga

²⁶ "El Canto del Cisne, "Posmodernidad ¿herencia contracultural?", Margarita Barbáchano, pág. 303

en un nihilismo desenfadado. En este sentido, opondremos dos visiones: la primera, de D. Bell, quien subraya elementos para mantenerse al margen de componendas y renunciaciones; la otra, de M. Barbáchano, quien nos ofrece una imagen que no deja de resultar un tanto terrible:

"(...)la complejidad, la ironía, la ambigüedad y la paradoja. Estas son propiedades particulares del espíritu. Promueven una actitud crítica, una lejanía y distancia que protegen contra todo compromiso, absorción e inmolación excesivos en un credo o una experiencia" ("Las Contradicciones Culturales del Capitalismo", pág. 121).

"(...) los posmodernos prefieren fumarse un porro (pito de marihuana) y colocarse frente al televisor con el color a tope y el contraste a cero, llegando a la conclusión de que esa imagen vale por todos los manifiestos de la vanguardia" (Margarita Barbáchano, El Canto del Cisne, pág. 303).

Apocalíptica enunciación. Desde el mundo de la sociología, Tomás Moulián nos entrega un panorama teórico que podría interpretar esta visión de desencanto:

"Ese conformismo toma muchas formas. ¿Para qué criticar un mundo que no se puede cambiar? preguntan los conformistas-fatalistas. ¿Desde dónde criticarlo, con qué fundamento si se han derrumbado los grandes relatos y no existe una ética universal? plantean los conformistas-relativistas. Unos y otros, por motivos diferentes, se parapetan en la impotencia.

¿Por qué no vivir lo posible? se interroga la creciente falange de conformistas-pragmáticos. Muchos, entre éstos, tienen un pesimismo trascendental. Afirman, de acuerdo, el mundo es una porquería y no se puede cambiar. Pero, acto seguido se preguntan, ¿por qué no defenderse de la vida disciplinaria y ascética del trabajo y del estrés urbano, con el hedonismo, aunque sólo sea el del placer que provocan los objetos del confort doméstico o el placer de las vacaciones a crédito?²⁷"

²⁷ Moulián, Tomás, "Chile Actual: Anatomía de un Mito", Lom Ediciones, Santiago, Chile, 1997. Pág. 120.

Existe otra alternativa de acción: atacar directamente lo que se ha venido considerando como lo real. Si bien esta crítica es de larga data (puede encontrarse un antecedente importante en las "Meditaciones Metafísicas" de Descartes), en las últimas décadas ciertos teóricos han postulado llevarla a extremos francamente agresivos. Uno de ellos es el francés Jean Baudrillard. En su ensayo "El Pensamiento Radical"²⁸, Baudrillard plantea la necesidad de ejercer una reprobación absoluta en contra de todo lo tradicionalmente aceptado como verdadero, mediante un ejercicio de inversión conceptual:

"Cifrar, no descifrar. Trabajar la ilusión. Ilusionar, para que se produzca el acontecimiento. Convertir en enigmático lo que es claro, en ininteligible lo que es inteligible, ilegible el acontecimiento mismo. Acentuar la falta de transparencia del mundo para sembrar una confusión terrorista, los gérmenes o los virus de una ilusión radical, o sea de una desilusión radical de lo real. Pensamiento viral, deletéreo, corruptor de sentido, generador de una percepción erótica de la turbación de la realidad.

Promover un comercio clandestino de las ideas, de todas las ideas inadmisibles, de las ideas inconquistables, como había que promover el del alcohol, en los años treinta. Porque ya nos hallamos en plena prohibición (...).

(..)El mercado oficial del pensamiento será considerado universalmente corrompido y cómplice de la prohibición del pensamiento por la clerecía dominante. Cualquier intervención de intelectuales críticos, iluminados y bienpensantes, todos ellos politically correct (políticamente correcto), aún sin saberlo, será considerada nula y vergonzosa".

Creemos ver en lo anterior una reconceptualización y actualización del modo de ver contracultural, de acuerdo con sus postulados de origen.

Pero aún es preciso seguir explorando ese pasado.

²⁸ Baudrillard, Jean, "El Crimen Perfecto", Editorial Anagrama, Barcelona, España, 1996. Pág. 144.

d) La prensa contracultural en sus orígenes.

"Muchos escritores y periodistas, llevados por esta característica reivindicativa del underground y de la filosofía contracultural, abordaron los temas de actualidad más escabrosos, utilizando para ello formas entroncadas con la literatura"

*(Octavio Aguilera,
"Las Ideologías En el Periodismo")*

El "Nuevo Periodismo" fue un fenómeno muy llamativo en sus inicios en la década del 60. También una manifestación comentada por aquellos años.

Una de sus corrientes, como reseña el periodista español Octavio Aguilera, fue la *underground*, o periodismo contracultural, el que surgió reaccionando en contra de los inmutables modos de hacer del periodismo convencional²⁹.

Este tipo periodístico provendría de la pujanza de jóvenes (sobre todo universitarios) que ven la oportunidad de expresarse en la prensa a través de fórmulas comprometidas principalmente ante los fenómenos políticos y culturales contingentes. Como puede suponerse, este compromiso atentaba directamente contra los preceptos tradicionales de la prensa, entre ellos el de objetividad.

Tal como expone, Michael L. Johnson, citado por el autor español, la razón de ser de la prensa *underground* es el desarrollo de actividades de la contracultura de los '60. En este sentido, los periodicos contraculturales se entendieron como un

²⁹ El enunciado resulta significativo: posteriormente se verá que The Clinic surge específicamente como un nuevo modo de relatar, alejado del dominante en la prensa nacional.

método de difusión particular de sus realizadores, los que buscaban expresar su punto de vista con respecto a la contingencia, dirigido a sus miembros y simpatizantes³⁰.

Contrariamente a lo que podría suponerse, el movimiento contracultural no era violento en sí, y optaba por reinterpretar elementos que estuvieran en el ambiente otorgándoles una visión popular, pacifista, antipolítica, además. Sus cultores tampoco guardaban grandes ambiciones con respecto a su propia labor y...

"(...) Se contentaron con editar doscientos ejemplares de una revista multicopiada o cincuenta de una ilustración serigráfica, con reunirse veintisiete espectadores para escuchar jazz interpretado por un trío, con ser fieles seguidores del principio "véndalo usted mismo"³¹, como explica agudamente el mencionado autor:

La xerografía y la película de paso estrecho eran tan esenciales para el movimiento como el sexo y la religión: lo hacen unos pocos en un lugar, se enteran unos cuantos en el mundo entero³²"

El contexto del surgimiento de la prensa contracultural son los años 60, ya se ha dicho. El período, repleto de modas y manifestaciones diversas, no se ve ajeno a la confusión. En efecto, ante términos como underground, contracultura, hippismo, etc., se hacen necesarias ciertas precisiones. Para tal efecto, acudiremos a Ivan Tubau:

"Contracultura, cultura hippy, cultura underground: son cosas distintas, pero no opuestas. (...)contracultura es la

³⁰ The Clinic aparece, además, obedeciendo a funcionar como vía de expresión de ideas particulares de sus fundadores

³¹ Aguilera, Octavio, "Las Ideologías en el Periodismo", Editorial Paraninfo, Madrid, España, 1990. Pág. 109.

³² Tubau, Iván, "Teoría y práctica del Periodismo Cultural", Barcelona, A.T.E., 1982, pág. 36 (citado en op. cit. pág. 109)

*filosofía, hippismo el modo de vivirla, underground la producción estética o intelectual*³³".

Generalmente, se asocia el concepto de "Nuevo Periodismo" con la vertiente literalizadora, cuya cabeza más visible fue el escritor Tom Wolfe, quien incluso publicó una antología de diversos autores cuyos relatos podían ser inscritos en el catálogo de obras de "Nuevos Periodistas". El libro se llamó "The New Journalism" ("El Nuevo Periodismo").

Pero, al parecer, el fenómeno derivó en otras vertientes o formas anexas. Reseña Michael L. Johnson³⁴ tres categorías de "Nuevo Periodismo":

- 1.- La prensa *underground* y las publicaciones estrechamente afines a ella.
- 2.- Libros y ensayos escritos en estilo periodístico por periodistas o por gente que dentro o fuera del campo de esfuerzo literario ha formulado una respuesta directa, valorativa y por lo común participante de los acontecimientos de su mundo, empleando o inventando una voz periodística.
- 3.- Los cambios en los medios de comunicación oficiales que involucran nuevas y marcadamente distintas maneras de relatar y comentar los sucesos que les interesan.

Planteados ya antecedentes que permitan comprender el objetivo de nuestra Tesis -la búsqueda de elementos contraculturales en los planteamientos contenidos en dos secciones del periódico The Clinic, mediante un muestreo aleatorio en un semestre del presente año-, se hace necesario iniciar el Marco Teórico de nuestro trabajo. La lógica indica, creemos, que este debe comenzar con el contexto socio-político en el que surge este medio.

³³ Idem.

³⁴ Michael L. Johnson, "El Nuevo Periodismo", Editorial Troquel, Buenos Aires, 1975, págs. 14 - 15 y 20 (citado en Tubau, Iván, pág. 107)

CAPITULO 1.- CONTEXTO SOCIOPOLÍTICO

1.1.- El Chile post Dictadura

De acuerdo con el sociólogo chileno Manuel Antonio Garretón, luego del resultado del plebiscito de 1988 que indicó que más del 50% del electorado nacional no estaba de acuerdo con la continuidad del régimen autoritario conducido por el general Augusto Pinochet, se inició lo que se convino en denominar "transición democrática chilena".

Garretón, a diferencia de quienes afirman que nunca existió transición y de los que aún no le ven un fin, certifica que hoy nos encontramos en una democracia, aunque con características particulares:

"A nuestro juicio, hace tiempo que esta transición terminó y lo que ocurre es que estamos en presencia de un régimen consolidado en sus componentes democráticos y en sus componentes autoritarios. Hay gobierno, parlamentos y municipios elegidos democráticamente en que aún hay límites a las expresiones mayoritarias, en el marco de un régimen de democracia incompleta y pobre de calidad³⁵ (los subrayados son nuestros)".

Por otra parte, aunque reitera de que se trató de una transición con limitaciones, reconoce ("*La Sociedad en que Viviremos*", pág. 156 y 157) de que ésta tuvo el mérito de resolver ciertos problemas. Estos son:

³⁵ Garretón, Manuel Antonio, "La sociedad en que Vivi(re)mos. Introducción Sociológica al Cambio de Siglo", Editorial Lom, Santiago, Chile, 2000. Pág. 154.

- a) Finalizó la dictadura y consolidó una democracia, aunque sobre la última sostiene que *"constatamos que se consolidaron, a la vez, los aspectos positivos o exitosos como los negativos o fracasos"*.
- b) Estableció, como en ningún otro país americano, un gobierno democrático *"mayoritario formado por casi todos los componentes del bloque antidictatorial"*.
- c) No permitió ninguna crisis económica coyuntural. Sin embargo, ésto tuvo como costo que *"la prioridad absoluta dada a la estabilidad económica, desincentivó la constitución y acción de movimientos y actores sociales"*.

Pero, recalca Garretón, en la transición se registraron problemas que aún no se han solucionado.

Uno de ellos es que la democratización no pudo derrotar a elementos extremadamente significativos de la dictadura. Se trataría, en palabras de nuestro autor, de tres "enclaves autoritarios":

"(...)el institucional, expresado sobre todo aunque no exclusivamente, en una constitución que limita severamente la voluntad popular. El ético-simbólico, expresado en los problemas pendientes de violaciones a los derechos humanos bajo la dictadura. El actoral, expresado en aquellas personas y grupos que buscan proyectar y adecuar a las circunstancias del régimen democrático, los principios y orientaciones del régimen militar y su "obra". Este último enclave, en el caso chileno, está constituido por cierto núcleo militar y por sectores civiles de ambos partidos de derecha (UDI, principalmente, y también Renovación Nacional) y medios de comunicación que tienden a actuar como sus representantes políticos. Es lo que se ha denominado el "pinochetismo". Es evidente que el enclave ético-simbólico y la presencia de actores autoritarios, tienen también un componente institucional, como la ley de amnistía en el primer caso, y la inamovilidad de los Comandantes en Jefe de las Fuerzas

Armadas en el segundo, por citar sólo dos ejemplos³⁶ (los subrayados son nuestros).

El segundo conflicto irresuelto lo constituye el que la continuidad histórica de la Concertación *"deja a los actores sociales huérfanos de representación en aquello que no se refiera directamente a la democratización política y les exige subordinar su dinámica a los requerimientos de ésta"*. Por otra parte, la permanencia del Partido Comunista y el surgimiento de *"agrupamientos políticos alternativistas"* no constituyen una variante de peso, ya que *"no poseen otra capacidad política de respuesta que no sea la pura expresión del descontento³⁷"*.

Una tercera traba se encuentra en *"la ausencia de debate sobre los grandes temas que definen la sociedad y las bases fundacionales de la democracia, compensado sólo por la ilusión del consenso³⁸"*. Esta ausencia de consensos reales tendría como una de sus principales causas la existencia de *"un trauma del disenso, el conflicto y la confrontación, a los que se demoniza o patologiza. Y para que haya consenso societal básico, debe haber debate y conflicto³⁹"* (el subrayado es nuestro).

El cuarto problema radica en el debilitamiento de la acción estatal y en el nefasto fortalecimiento de una elite económica.

Para el sociólogo, existe un valor que ha predominado en nuestra sociedad, que trasciende a la transición y cuyo origen se remonta al período dictatorial, en donde se cometieron grandes excesos, muchos de los cuales no fueron castigados posteriormente. Este valor es la impunidad; vale decir, *"la falta de responsabilidad para asumir los costos de lo que se hace y la seguridad de que se puede hacer lo que*

³⁶ Idem, pág. 159.

³⁷ Las tres citas son del mismo libro, pág. 163.

³⁸ Idem.

³⁹ Idem, pág 164.

*se quiere, sin que ello vaya a ser sancionado cuando se violan las normas sociales y de convivencia*⁴⁰.

Algunos años antes, durante la administración de Patricio Aylwin, el sociólogo y por entonces Secretario General de Gobierno Eugenio Tironi postulaba que lo que estaba en juego durante los primeros años de la "transición" era reaprender el ejercicio democrático. *"Restituir y consolidar la cultura democrática, con sus hábitos e instituciones, ha sido el objetivo número uno del periodo de transición"*⁴¹, afirmaba. Para ello, debían reafirmarse valores dañados durante el autoritarismo. Entre ellos destacaba:

- *La aceptación de la diversidad.*
- *El ejercicio del debate.*
- *La admisión del conflicto.*
- *El juego democrático.*
- *El uso de la negociación en vez de la violencia, y*
- *La tolerancia de un cierto nivel de incertidumbre en los asuntos públicos*

Ya por aquellos años, adelantando resultados de posteriores análisis, Tironi anuncia un *"profundo cambio cultural que experimenta la sociedad chilena"*⁴². Sus manifestaciones serían, por un lado, el mencionado reaprendizaje democrático; por el otro, un cambio socioeconómico tendiente al desarrollo del país.

Con respecto al cambio cultural, el sociólogo planteó que remitía a un cambio de actitudes de las personas "consigo mismas y con la sociedad"⁴³. Durante esa

⁴⁰ Idem pág. 177.

⁴¹ Tironi, Eugenio, en "La Cultura Chilena en Transición 1990-1994, Número especial Revista "Cultura", Secretaria de Comunicación y Cultura del Ministerio Secretaria General de Gobierno, Santiago, Chile, 1994, pág. 25.

⁴² Idem.

⁴³ Op. cit. pág. 26

primera mitad de la transición a la democracia seis serían los rasgos de ese cambio cultural⁴⁴:

- 1.- Un alto nivel de optimismo, *"probablemente entre los más elevados del mundo"*.
- 2.- Los chilenos miran hacia el futuro *"de un modo casi compulsivo"*. Al mismo tiempo, se da *"una cierta disposición a la fuga, a huir de los fantasmas que -mal que nos pese- todavía permanecen en nuestra memoria"*.
- 3.- Predomina una propensión al consenso; o, dicho de otro modo, una intolerancia al conflicto.
- 4.- Hay una clara identificación con el triunfo y los triunfadores. Es otro quiebre con el tradicional "carácter chileno", identificado más bien con el esfuerzo coronado por la frustración.
- 5.- Se aprecia un comportamiento según un patrón más individualista. Confianza en el propio esfuerzo como palanca de progreso y diferenciación en los estilos de vida y, por tanto, de consumo.
- 6.- Hay también un menor interés por la política. *"Ni indiferencia ni apatía (...) Pero como se confía en el esfuerzo personal más que en el apoyo del Estado, y se cuenta además con consensos fundamentales en materias de orden político y económico, es lógico (y saludable) que la relación con la política, a diferencia del pasado, sea más instrumental que emocional"*.

También en el plano de los desciframientos de las paradojas de nuestra sociedad se encuentra el análisis de Tomas Moulián, autor de "Chile Actual. Anatomía de un mito".

En nuestro país, según este libro publicado en 1997, se ha asentado una percepción de corrupción del poder, pero, precisa Moulián, ésta no se fundamentaría en su constatación empírica. Se trataría de una "proyección" frente a los discursos pragmáticos de los políticos, grandilocuentes pero sin un sustrato ideológico que los

⁴⁴ Idem.

fundamente más allá de enunciarse como promesas. También existiría un desencanto con respecto a la escasez de cambio que debería haber conllevado la democracia, el que no fue todo lo radical que muchos esperaban. Ante esto el desencanto adopta como forma una crítica acusadora, sarcástica:

(...)En esos decepcionados, la noción de corrupción tiene otro sentido que en boca de los eternos antipolíticos de la derecha. Tiene el sentido de un "arreglín". Representa el desencanto por la "farrá de la democracia", porque poco ha cambiado⁴⁵"

Moulián resalta, tal como Garretón, la existencia de una exención, por medio de la cual muchos reclaman por lacras como la delincuencia, en circunstancias de su anterior apoyo a los excesos cometidos durante la dictadura. Pero esto estaría también relacionado con el modo de vida y con el contenido del discurso propositivo de muchos de nuestros políticos. Se trataría de una suerte de moneda de dos caras, perpetuamente en movimiento pero siempre equilibrada: nunca cargada hacia ninguno de sus lados...

(...)Hay otro aspecto conectado con la impunidad. Consiste en la respetabilidad moral que se autoasignan (y que se les confiere) a personajes que han sido ejecutores o cómplices (escondidos o visibles) de feroces crímenes contra sus enemigos políticos. A menudo suelen hablar, con exquisita delicadeza, del atroz asesinato que se comete al negarle la posibilidad de vida a un óvulo fecundado. La pureza angelical de sus almas enternecería si no fuera porque han participado, aplaudido o aumentado sus ganancias al amparo de la crueldad institucionalizada⁴⁶"

⁴⁵ Moulián, Tomás, "Chile Actual. Anatomía de un mito", Lom Ediciones, Santiago, Chile, 1997. Pág. 64.

⁴⁶ Idem, pág. 67.

1. 2.- Del "escepticismo" juvenil de los 90

*"Una generación que dice no estar "ni ahí",
no dice necesariamente no estar en
ninguna parte; simplemente dice
no estar donde se le dice que debe estar".
(Alfredo Jocelyn - Holt)*

La costumbre y el sentido común sindicaron a la juventud como el espacio de la rebeldía y de la crítica a lo establecido por excelencia. Ahora bien, que los jóvenes actuales sean rebeldes y críticos es algo que puede discutirse. De hecho, si se comparan sus actitudes con un pasado en donde al parecer ejercían como verdaderos elementos de transformación, hoy viven inmersos en una lógica consumista y... se han vuelto acrílicos, desconfían de las instituciones sin proponer alternativas de cambio, son indolentes, apáticos, viciosos y nihilistas: tales censuras son reiterativas y provienen de diversos sectores. Quizá, esos juicios sean en parte acertados, pero también es probable que estén mal encaminados y sean redundantes. En tal sentido es que puede surgir la siguiente interrogante: si los jóvenes poseen una inherente capacidad de instaurar cambios ¿no será posible de que estén destinando esos impulsos de renovación a sectores no tradicionales? Veamos que plantea el historiador chileno Alfredo Jocelyn - Holt:

*"Es difícil entender en qué está esta nueva generación.
(...)Algunos de sus miembros están en la droga, otros la repudian. Muchos están descontentos porque no les ha llegado su cuota de beneficios; otros están igualmente descontentos, a pesar de que gozan plenamente del chorreo consumidor conspicuo. Conozco jóvenes que están por la secularización de la sociedad. Desconfían del discurso con que se les machaca una y otra vez, que hay que tener principios, que hay que ser solidario, fiel, no promiscuo, que hay que evitar la mala onda, que hay que tener algún sentido de trascendencia. En ocasiones dichos jóvenes no*

parecieran desconfiar tanto del contenido mismo que se les predica como de las personas y las manera cómo lo hacen.

Conozco también jóvenes que verdaderamente sienten la necesidad de tener valores. Impresionan cuando dichos valores son auténticamente religiosos, artísticos o intelectuales.

A pesar de todo, está juventud en su mayoría es escéptica. No es raro que lo sea. Las generaciones pasadas, las de sus padres y abuelos, les han transmitido un sinfín de contradicciones, utopías abortadas, autotraiciones, expectativas desmesuradas, mucha violencia, fracasos personales, exilios y, ante todo, una desconfianza extrema: el rechazo e ignorancia hacia el pasado⁴⁷.

Ante todo, la actual sería una generación desencantada, pero no por ello inactiva, quietista. Desempeñaría sus roles en campos acordes con una sociedad consumista, carente de discursos legitimadores y en la cual se interiorizan abundantes contenidos efímeros, espectaculares o meramente recreativos, de la mano de los medios de comunicación de masas.

Uno de los principales objetivos, pero no el único, de este desencanto es el mundo político. Los jóvenes chilenos comulgan escasamente con la mayoría de las figuras políticas nacionales. Pocos adhieren a un partido en calidad de militantes. Muchos adjudican a la política una lógica instrumentalista que busca el poder por el poder, ajena a cualquier justificación ideológica. En momento de elecciones, no pocos se abstienen de votar. Pero ¿esta abstención significa forzosamente que los jóvenes no están haciendo nada con su voto? Lo más probable es que, por el contrario, ello sólo demuestre un hecho singular: que la juventud no le adjudique su representación al voto, que no justifique el sistema eleccionario vigente como efectivo para arribar a cambios reales. Si a esto agregamos que gran parte del discurso político nacional se estructura sobre la base de una retórica tradicional, que no va de acuerdo con el estilo de vida y con los ideales de la juventud chilena, el espacio para

⁴⁷ Jocelyn -Holt, Alfredo "Espejo Retrovisor. Ensayos Histórico-Políticos 1992-2000", Editorial Planeta Chilena, Santiago, Chile, 2000. Pág. 100. Los subrayados son nuestros.

la desunión se amplía aún más. ¿Dónde estaría, entonces, el potencial particular de la juventud como elemento de acción en nuestra política? ¿No se encontraría en la suposición de Jocelyn - Holt de que "*en una de esas tenemos una emergente esfera política que no va por cauces institucionales, sino al margen o a espalda de ellos. En esto quizás radica lo potencialmente revolucionario*"⁴⁸?

¿Cómo son, pues, estos nuevos jóvenes de los 90 y del 2000? Jocelyn - Holt refiere tres casos que conoce, que admite que no son representativos de toda la juventud chilena, pero los menciona como tendencia importante dentro de ese sector social:

"En ellos el escepticismo es parte intrínseca de su personalidad. Nacieron o se criaron durante el gobierno militar. No han conocido nada semejante a los "ideales" que sus padres alguna vez alimentaron y después desearon. Miran con recelo a toda esta época reciente. Pero no se detienen en ella. No los angustia y no la entienden. Por lo mismo, no se sienten obligados a superarla. No andan pregonando principios. No están "ni ahí". Son respetuosos, aunque su ojo irónico no perdona; identifican al hipócrita de inmediato y se rien de él"⁴⁹. (El subrayado es nuestro).

Jocelyn Holt reseña de que los jóvenes chilenos "*no andan pregonando principios*" y que "*identifican al hipócrita de inmediato y se rien de él*". Según esta visión ¿puede desprenderse una dualidad que definiría a los jóvenes como sujetos pasivos, que, a la vez, ejercen una crítica mordaz en su vida diaria?

Un estudio que puede entregarnos antecedentes sobre el particular fue realizado en el año 2000, bajo la supervisión del sociólogo Cristian Parker, por el MIDEPLAN. Se tituló "Los jóvenes chilenos: cambios culturales; perspectivas para el siglo XXI".

⁴⁸ Op.cit., pág. 88.

⁴⁹ Op. cit, pág. 90.

En la publicación se sostiene que los jóvenes chilenos son sujetos activos y que más que "apáticos" o "apolíticos" se les puede atribuir un interés por temáticas que podrían considerarse como poco tradicionales, entre las que se cuentan: la ecología, la reivindicación de los derechos de las minorías, y un desinterés por la vida partidista tradicional.

Las manifestaciones de su discurso sería cualquier cosa menos "apático". Al respecto, en el estudio se sostiene -tal como ya apuntara Jocelyn Holt en su libro ya citado- de que el famoso "no estar ni ahí" de los jóvenes implica un rechazo, una demostración patente de que el sistema imperante resulta insatisfactorio.

Sirvan las siguientes cifras e interpretaciones, contenidas en el estudio para demostrar que la opinión de los jóvenes entrevistados apunta a una visión negativa de Chile⁵⁰:

- ❖ 80%: el país es consumista y que priva de iguales oportunidades para todos.
- ❖ 75%: se carece de libertad de expresión (hay censura).
- ❖ 74%: país "clasista".
- ❖ 70%: crítica al burocratismo del país.
- ❖ 65%: país injusto.
- ❖ 68%: Chile actual no es el llamado "jaguar", sino un simple "gatito".
- ❖ 73%: país pobre.

Un punto central de esta impugnación de los jóvenes consultados se cierne sobre el mundo de la política nacional. Estos son los resultados de la muestra⁵¹:

- ❖ 87%: la política divide al país.
- ❖ 84%: la política es corrupta.
- ❖ 77%: la política no se centra en el bien común sino en el dinero.
- ❖ 77%: la política se centra en sus propios problemas y no en las problemáticas de la mayoría de los chilenos.

⁵⁰ Parker, Cristian, "Los jóvenes chilenos: cambios culturales; perspectivas para el siglo XXI", Unidad de Estudios Prospectivos de MIDEPLAN, Santiago, Chile, 2000, pág. 129.

Pues bien, estas tendencias críticas se verían representadas en actitudes o manifestaciones *antisistema* o *contra sistema*. Cuatro serían sus gradaciones según el texto:

- a) Adhesión y apoyo a los principios democráticos y al sistema institucional, independientemente de las posturas que se adopten en el espectro político o en la declaración de independencia.
- b) Distanciamiento del sistema político que se caracterizaría como "apoliticismo" o "apatía" política, reflejados en la pasividad y en la abstención.
- c) Adhesión a la democracia, pero con niveles más o menos evolucionados de disconformidad y sentimientos de malestar con respecto a su funcionamiento; y
- d) Disidencia radical con las bases del sistema democrático unido a un cuestionamiento de raíz. (Se precisa en el texto que esta *"es la actitud rebelde o de resistencia contra sistema. No sólo hablamos aquí en términos político partidistas sino también en términos socioculturales. Esta actitud provendría de verdaderas contraculturas juveniles"*⁵². El subrayado es nuestro).

Ahora bien, ¿cómo se plantean los jóvenes de la muestra *en la cultura*; o, vale decir, ¿qué "corrientes" pueden atisbarse al interior de la colectividad juvenil, comprendiéndola como una diversidad de planteamientos conformadores de un discurso? Estas serían, según el estudio, las principales características de las "corrientes culturales" de que participan los jóvenes entrevistados⁵³:

- Una fuerte corriente subjetiva, que da creciente importancia al mundo de los afectos por sobre el de compromisos sociales o éticos.

⁵¹ Idem, pág. 135.

⁵² Idem, pág. 127. Es necesario reseñar que el estudio dirigido por Parker establece que las corrientes juveniles contra culturales ("Trashes", "Darks", "Skinheads", "Neonazis", etc.) concitan una adhesión relativamente baja entre los encuestados (12%), circunstancia que más allá de un posicionamiento ante lo socio cultural dependen de "situaciones y experiencias personales, familiares o de trayectoria social o cultural". En sectores de estratos e ingresos bajos, bajo capital social o cultural la cifra aumenta de "forma alarmante al 37%".

⁵³ Idem, págs. 154 y 155.

- Influencia del mercado, pero por sobre todo de la industria audiovisual, transmitida por los medios de comunicación.
- Una "preocupación por la sociedad", que incluye la motivación por mantenerse informado.
- Una creciente presencia de excitantes y estimulantes alcohólicos o narcóticos.
- El deporte y sus expresiones.
- La religión como una manifestación contraria a la una cierta secularización social.
- La creación artística y cierta "estética juvenil" anexa a "ondas" musicales (rock, rap, reggae, salsa, música tecno, metal, etc.).
- Una presencia menor del arte clásico y de nuevos componentes espirituales anexos a corrientes como la denominada de la "Nueva Era".

A modo de evaluación equitativa, Parker sostiene que el carácter que puede resumir a la juventud actual, presenta dos tendencias que, al parecer, resultan contrapuestas, pero que establecen un cierto equilibrio que permite distanciarse de una mirada que le designe como "negativa" o "apática". Parker precisa que⁵⁴:

- ❖ *Se podría afirmar que hay en muchas de sus expresiones una tendencia al "inconformismo" con la sociedad en que viven. No se trata de "rebeldía", o de actitudes "desviadas" sino de la manifestación de un malestar frente a la sociedad; pero, al mismo tiempo:*
- ❖ *A pesar de las críticas y el malestar, los jóvenes no se sienten fuera del sistema; el sujeto se concibe a sí mismo como integrado a la sociedad, con valores personales, incluso siendo respetuoso, responsable, racional, aterrizado y preocupado de los problemas sociales.*

Estas son algunas directrices para comprender a los que llegaron a la juventud luego del fin de la era Pinochet: la transición a la democracia.

Como parte de un contexto nacional, la prensa debió enfrentar sustanciales modificaciones de las que las expresiones juveniles sólo fueron una manifestación tangible.

Al igual que todos los cambios, estos tendrían mucho de imprevisible.

⁵⁴ Idem. Págs. 166 y 167.

I. 3.- Prensa y transición democrática

El investigador chileno Guillermo Sunkell nos indica que la demanda por mayor "libertad de expresión" se hizo realidad ya con la instauración de la transición democrática durante el gobierno de Patricio Aylwin. Señaló como hechos positivos del período que *"la censura parece ser algo del pasado, nuevos medios de comunicación han emergido públicamente, la información política ha vuelto a ser noticia, las fuentes oficiales se han abierto a todos los medios y no sólo a aquellos proclives al gobierno, los periodistas han dejado de ser objeto de la represión. En suma, el nuevo clima democrático ha penetrado el escenario de las comunicaciones"*⁵⁵.

El periodista Emilio Fillipi es de similar opinión; sin embargo, subraya la existencia de un hecho paralelo a la disminución de la censura por parte del poder "oficial". Se trata de la presión ejercida por ciertos poderes puntuales en contra de la actividad periodística.

"(...)Es cierto que la intención política de estos momentos es proclive a asegurar la libertad de información y de opinión y no hay señales del Ejecutivo ni del Congreso de pretender limitarlas. Sin embargo, el poder judicial ha mostrado un ánimo represivo contra la prensa."

*"(...) El aspecto más negativo de lo que sucede en estos momentos en Chile es que se ha enseñoreado cierta tendencia a la censura, especialmente motivada con argumentos religiosos o morales, y por la influencia de organismos privados de presión que, en forma habitual, actúan para imponer cartabones excesivos"*⁵⁶.

Inserta en este contexto, la prensa diaria escrita nacional sigue controlada por la existencia de dos consorcios, asociados a la derecha política y al conservadurismo:

⁵⁵ Sunkel, Guillermo, "Consumo De Periódicos En La Transición Democrática", Flacso, Santiago, Chile, 1991. Pág. 23.

El Mercurio y Copesa. Además de sus diarios regionales, El Mercurio administra la publicación de los diarios "El Mercurio", "Las Últimas Noticias" y "La Segunda", y de Revista "Paula". La Tercera edita los diarios "La Tercera", "La Cuarta", "La Hora" y las revistas "Que Pasa" y "Decoart". Existen además, La Empresa Periodística La Nación (que administra "El Diario Oficial" y "La Nación"), y el diario PubliMetro, entre otros.

Por otra parte y vinculados a nivel de la opinión pública con la izquierda política, encontramos una serie de publicaciones periódicas como "El Siglo", "Punto Final", "Rocinante", y algunos medios surgidos hace sólo unos años como "La Firme" y "The Clinic". También pueden registrarse otros registros aún más recientes y consagrados al periodismo investigativo e interpretativo: "El Periodista", "Siete más Siete", "La Gironda", "La Huella", entre otros. Por último, debemos reseñar la existencia de un medio de difusión de las minorías sexuales: "Opus Gay".

Estas publicaciones abordan distintas temáticas dentro del acontecer nacional e internacional, como la política, la cultura, la economía, el espectáculo, los deportes, etc. Obedecen, pues, a diversos intereses sociales. Pero ¿qué buscan los lectores en estas áreas temáticas? Guillermo Sunkell señala que aparte de la necesidad fundamental de "información", los públicos requieren de "entretención", de información sobre "servicios de utilidad pública", de conocimiento sobre temas específicos y de información sobre otros productos (publicidad). Aparte de esto, indica Sunkell, los diarios intentan "seducir". En este sentido, *"el uso de estilos, lenguajes e incluso temas supuestamente apropiados a ciertos públicos es una forma de "seducción". La orientación política de un medio también puede ser parte de una estrategia de seducción⁵⁷"*.

⁵⁶ Filipi, Emilio, artículo "Libertad De Prensa En Chile", extraído de <http://www.saladeprensa.org>.

⁵⁷ Sunkel, Guillermo, "Consumo De Periódicos En La Transición Democrática", Flacso, Santiago, Chile, 1991. Pág. 29.

Sunkell señala que de acuerdo con el estrato socio económico del lector, se establece su preferencia. Observa que las personas con educación superior y con mayores ingresos prefieren los temas "duros" (noticias internacionales, economía y política); mientras que las personas con menor educación y recursos optan por la crónica roja, deportes, espectáculos y horóscopos (temas "blandos").

¿Porqué esta fascinación del sector popular por los temas "blandos"? Sunkell, citando los estudios del sociólogo británico B. Sharratt, plantea que se trata de un "desplazamiento" del conocimiento:

"Dado que los que realmente controlan la sociedad en que vivimos no son conocidos personalmente por muchos de nosotros y dada que la naturaleza sistemática de este conocimiento (temas duros) es en sí difícil de comprender, podría ser importante ejercer un expertizaje en áreas que a lo menos se disfrazan como importantes (temas blandos)".

"(...)En esta hipótesis, la política podría ser un tema popular, pero sólo en la medida en que los temas políticos sean tratados como una confrontación entre dirigentes políticos ("estrellas") más que como una discusión de ideologías políticas. De la misma manera, la economía podría ser un tema popular, pero sólo en la medida en que se presentara como una confrontación entre economistas ("estrellas") más que como un análisis de teorías económicas. La popularidad de un tema pasa así porque este sea presentado a través de un género que ofrezca un tipo de "conocimiento" sobre personas o personalidades y no sobre teorías o estructuras⁵⁸"

⁵⁸ B. Sharratt, "The politics of the popular? - from melodrama to television" en *Performance and Politics in Popular Drama*, Cambridge University Press, 1980, en Op. cit. pág.37.-

Eugenio Tironi plantea un punto de vista similar en su libro de 1999 "La Irrupción de las Masas / y el malestar de las elites", en el que plantea nuestra existencia en una sociedad en la que la política ha devenido "espectáculo".

La actualidad es un campo fértil para las comunicaciones en el país, destaca el sociólogo. Ya no se trata de que los medios funcionen como plataformas de la lucha política. Ahora, su ímpetu está dedicado a denunciar lo que no es "transparente":

"En Chile se desató de pronto una rebelión contra las verdades a medias, contra las apariencias engañosas, contra el ocultamiento. El cinismo y la hipocresía se transformaron en el enemigo público número 1. Si se pone atención a los principales hechos noticiosos de los 90, una gran proporción tiene relación con el tema de la transparencia. La noticia no está constituida por los hechos, sino por la acción destinada a ocultarlos".

"Encuestas realizadas en estos años indicaron que ninguna institución tenía mayor credibilidad en Chile que los medios de comunicación. Las personas recurren a ellos -y no a los entes públicos o privados competentes- para reclamar y exigir sanciones, y los espacios de los medios destinados a la denuncia directa de la gente han crecido sustancialmente a costa, generalmente, del espacio destinado antes a la política".

Aparte de este afán denunciador, otros elementos caracterizan al sistema de medios en nuestros días. En efecto, sus parámetros actuales (que según Tironi le diferencian "abismalmente" de sus características de los años 70) son: ser masivos, estar articulados en torno a la televisión, ser altamente privatizados, estar orientados ya no para la política si no que para el mercado y, finalmente, haber desplazado sus fines desde el mundo de la cultura y la educación hacia el del entretenimiento y la información.

El contexto de estos medios es la estructuración de una lógica industrial, en la que no se vacila con el fin de lograr el tradicional "golpe noticioso". La rentabilidad, como es lógico dada esta trama, aumenta con el impacto mediático de una información. Mientras más espectacular sea ésta, mejor. Cueste lo que cueste.

"Para la industria de la comunicación, las crisis, los conflictos y los escándalos son sus grandes oportunidades de diferenciación y de conquista de mercados, pues atraen nuevos públicos. Por lo mismo, esperan (y alimentan) este tipo de situaciones. Atentarían gravemente contra sus propios intereses si escucharan a las voces que desde todos los ámbitos les piden "bajar el perfil" a esos acontecimientos".

Uno de los blancos de la actividad periodística sigue siendo el acontecer político. Antaño tribuna de la retórica seria, hoy se ha convertido en un espacio dominado por los discursos sintéticos, supeditados a la explicación simple, a la propuesta concreta. El político se encuentra en una situación un tanto difícil, siempre (atenazado por la mirada constante de la televisión) expuesto al escrutinio público. Su actuar es visto, y, por ende, posible de ser juzgado.

Como da a entender Tironi, el mundo de la política ha perdido espesor, se ha vuelto un tanto insustancial, principalmente debido a que ha variado su razón de ser, sin establecerse un reemplazo satisfactorio. Al respecto, reflexiona:

"En Chile hubo, hasta hace muy poco, ciertos fines morales que unieron a la sociedad y que dieron sentido y nobleza a la política. La libertad y la dignidad, por ejemplo, fueron valores que en la transición proveyeron de sentido moral, lo que permitió tener en ese período una política de alta calidad. En la segunda mitad de los 90 se pretendió reemplazar esos valores -ya agotados, es cierto- por otros. Surgió así la modernización. Pero este esfuerzo

fracasó: la modernización no logró levantarse como un valor que genere la tensión y el desgarramiento necesarios para provocar adhesión y movilizaciones. (...) El resultado es quizás la fatiga moral que ha padecido la acción política hacia el final de la década que termina".

Este debilitamiento no ha pasado inadvertido para la opinión pública. Usualmente, los medios de comunicación nos muestran quejas ciudadanas cuyo objeto es el comportamiento de los políticos, su ineficiencia o su prometer sin cumplir. Periódicas encuestas revelan como elementos de la población evalúan a gobernantes y oposición: la verdad es que estos juicios no son alentadores para los políticos.

"(...) Hay algo en el comportamiento actual de la clase política que alimenta el desprestigio de su función. De lo contrario, no se explica por qué con el correr de la democracia, en vez de disminuir el nivel de rechazo hacia la política, se acentúa. Entre estos comportamientos cabe destacar la feroz competencia que libran los propios políticos entre sí. El espectáculo que los chilenos presencian a diario de acusaciones abiertas o veladas entre parlamentarios o autoridades no hace más que confirmar los peores estereotipos sobre la lógica instrumental que reina en la política".

Dentro de este cuadro es que la crítica ciudadana se hace oír. A veces por canales formales y otras tan sólo reducidas a un malestar general, a una desconfianza velada, que surge en espacios cercanos como la familia, el trabajo o las reuniones sociales.

"De ahí que "pelar" a los políticos se haya transformado en un deporte nacional. Aquellos que denuncian y anuncian las miserias de la política - aún si ellos mismos son políticos- son quienes acaparan la atención de los medios de comunicación, porque lo que dicen sintoniza con el sentido común de las masas".

I. 4.- Periodismo e innovaciones tecnológicas globales.

En este contexto histórico es en el que debe actuar nuestro periodismo. Sin embargo, existen otros vectores que problematizan su situación. Uno de ellos es el cambio tecnológico planetario.

En efecto, estrategias y modos de hacer periodísticos deben renovarse día a día, a la par de la constante innovación de ideas y de técnicas. El periodista posee hoy nuevos y variados sitios de donde recolectar su información. Debe redactar incluso de otro modo, a sabiendas de que con el incremento de la velocidad en el flujo informacional, paralelamente se registra una dispersión de la atención y una cada vez menor dedicación temporal a la lectura informativa. El desafío para el periodista es adaptarse al cambio o sucumbir en la obsolescencia.

Otro cuestionamiento al que se ve expuesto el periodismo mundial guarda relación con el hecho de que ya no detenta el monopolio exclusivo del acceso a las fuentes. De hecho, Internet ofrece informaciones gratuitas y de fácil acceso para quien esté conectado a la red.

La tecnología ofrece además nuevas posibilidades de narración, gráfica y dinamismo. Resulta evidente que la vieja fórmula de recolección de datos, transcribirlos de manera mecánica y amoldada ya no resulta la única forma válida como lo era en el pasado. El uso cada vez más generalizado de las técnicas básicas de computación permiten que formas creativas y audaces puedan generarse desde canales alternativos.

Por otra parte, la instantaneidad en el flujo informativo resulta decisiva a la hora de plantear la difusión del hecho noticioso evaluándolo en sus posibilidades de mostrar realidades tangibles, directas, y visuales más que conceptuales.

La presión al interior de los medios de comunicación es alta, sobretodo considerando los elevados índices de competencia. Se ha establecido como indesmentible una lógica que establece que para vencer a la competencia, se debe buscar en la noticia un elemento que sea "vendible". Por muy discutible que sea, está lógica es la que se impone día a día en cada vez mayor número de direcciones de medios de todo el mundo.

"La información es tratada por la ideología del mercado como una mercancía más. Se fabrica, se vende, se compra exactamente igual que cualquier producto industrial". (...)El objetivo prioritario, la razón de ser de una empresa de comunicación, como de cualquier otra sociedad mercantil, es lograr la máxima rentabilidad de sus inversiones. La difusión de la cultura, la defensa de la democracia y de la libertad, la formación ética de los lectores, la neutralidad objetiva de las informaciones, solamente son considerados por la planificación empresarial en la medida en que contribuyan a incrementar los beneficios. Todos los medios de comunicación fundados con el loable empeño de divulgar y poner al alcance de todos los bienes de la cultura o para construir a la formación de una opinión pública libre y responsable han fracasado rotundamente. Y seguirán siendo inviables en una sociedad dominada por la ideología del mercado⁵⁹"

Para hacer vendible esta "mercancía", es que se ha optado por acentuar sus aspectos de espectacularidad, paralelamente a su simplificación; es decir, representando conceptos con fotografías, gráficos, e imágenes con lo cual el diseño, la forma de presentar la información se impone al contenido de la misma. En esta lógica, la seducción vale más que la seriedad o la rigurosidad.

Por otra parte, se trata de que las noticias sean rápidamente difundidas y... rápidamente olvidadas. Lo que importa no es generar continuidad, sino que cada

⁵⁹ Alvarez Puga, Eduardo, "Maldito Mercado. Manifiesto contra el fundamentalismo neoliberal", Ediciones B, Barcelona, España, 1996. Pág. 192.

noticia sea seguida por otra, en lo posible sin mayor porvenir o consecuencia temporal, puesto que es sabido que las audiencias mudan impetuosamente de interés, así como también de que es necesario renovar constantemente la "oferta noticiosa" para así diferenciarse de la competencia. Es más, en los noticiarios televisivos se ha llegado a tal grado de disyunción que una noticia es seguida por otra de contenido totalmente diferente, sin que haya una mediación mayor que, por dar un ejemplo conocido, la breve y conocida elocución de la periodista de TVN Cecilia Serrano "Y ahora, cambiando completamente de tema...". Sobre este asunto, el francés Pierre Bourdieu nos ofrece una visión que extractamos de su libro "Sobre la Televisión".

"(...) A estos efectos se suman los de la competencia dentro del campo periodístico a los que ya he aludido, como la obsesión por la primicia informativa y la tendencia a privilegiar sin discusión la información más nueva y de más difícil acceso, o el afán de emulación, alentado por las competencias, por conseguir la interpretación más sutil y más paradójica, es decir, con frecuencia la más cínica, sin olvidar las predicciones que confían en la ayuda de la amnesia a propósito de la evolución de los asuntos de actualidad, es decir, los pronósticos y los diagnósticos vacíos y poco costosos (similares a las apuestas deportivas) que se emiten con la seguridad de la más absoluta impunidad porque están protegidos por el olvido engendrado por la discontinuidad casi perfecta de la crónica periodística y la rápida rotación de los conformismos sucesivos...⁶⁰".

Un acercamiento al tema de la imagen debe subrayar su importancia en la actualidad, sobre todo si, como han señalado diversos teóricos, la nuestra se ha convertido en una "cultura de la imagen". Efectivamente, si constatamos la apoteósica profusión de estímulos visuales derivados de las actividades publicitaria, periodística, artística, etc., y, por otra parte, al atestiguar el empleo de la imagen como estrategia de seducción masiva, tal vez podríamos concordar con esa definición. En este aspecto,

⁶⁰ Bourdieu, Pierre, "Sobre la Televisión", Liber Éditions, París, Francia, 1996. Pág. 132.

resulta pertinente insistir en la omnipotencia de medios audiovisuales como el cine, la TV, y, como no, de todas las infinitas posibilidades de Internet. La visión sería, entonces, el órgano perceptivo prevaleciente:

"(...)no hace falta remitirse a datos estadísticos -más del 94 por 100 de las informaciones que el hombre contemporáneo, habitante de las grandes urbes, recibe se analiza a través de los sentidos de la vista y el olfato; más del 80 por 100, específicamente, a través del mecanismo de la percepción visual- para caer en la cuenta de que la información y la cultura que se generan en nuestros días tienen un tratamiento predominante visual⁶¹" (el subrayado es nuestro).

CAPITULO 2.- ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES: HUMOR, IRONIA Y OTROS

2. 1.- Tácticas alternas de crítica y convencimiento.

Como parte integral de la realidad, el humor siempre ha estado presente en la prensa, ya sea a nivel del tratamiento noticioso o sencillamente por la cobertura de sucesos en los que la paradoja o la contradicción generan de por sí aspectos risibles.

Otra forma de humor en el periodismo es el que se emplea a nivel opinativo, por medio del cual se deslizan reflexiones acusativas revistiéndolas de una apariencia inofensiva y despreocupada. Pero esto no es más que apariencia. Muchas veces bajo el humor se esconden acusaciones serias, y pasa a convertirse en una forma de ataque. Señala la periodista Luisa Santamaría Suarez:

"El tratamiento humorístico de las columnas de opinión tiene dos aspectos fundamentales: la crítica del ejercicio del poder y la persuasión del lector. Respecto al poder, el tratamiento humorístico está dirigido a cumplir dos funciones: poner de relieve aquello que según su punto de vista, se considera vicioso, mediante la ridiculización y de esta manera desacreditarlo y, por otro lado, evadir una posible censura mediante la alusión y el doble sentido".

"A través de la utilización de los recursos humorísticos el autor apela a la risa para atraer la simpatía del lector a favor de su propia causa, creando de esta manera determinadas corrientes de opinión o afianzando las ya creadas, alrededor de la suya propia. Hay en todo lector un cómplice potencial del columnista.(...) La persuasión se produce por el carácter festivo del recurso y por la vía de

⁶¹ Zunzunegui, Santos, "Pensar la Imagen", Ediciones Cátedra, Madrid, España, 1998. Pág. 21.

la sorpresa, ya que es inusual que el texto de opinión, notablemente serio y denso de ideas, varíe el rumbo⁶²".

Esta complicidad entre el empleo del humor y el lector es un elemento fundamental para que el recurso genere el efecto deseado por el redactor. Este debe poseer el suficiente ingenio para deformar la actualidad de modo comprensible y sobre todo debe convencer al lector, *persuadirle*.

Haciendo un símil, en periodismo el humor debe estar presentado de tal forma, que el lector integre lo que se propone con esta visión alternativa de lo real, tal como un mismo relato puede producir risa o no de acuerdo con el estilo y la manera de contar del humorista. Es así como en el periodismo, el redactor apela a la racionalidad del lector, pero no sólo a ella: mediante la enunciación de su crítica, al provocar al lector, lo convence por medio de la "adhesión emotiva" que permite que, de este modo, el recurso se potencie doblemente.

Ahora bien, si hemos visto en el humor un arma que puede funcionar para denunciar elementos de la realidad ¿Cuál ha de ser la característica del "adversario" sobre el que se vuelca el poder de esta "arma"? Indica Santamaría Suárez:

"El ridículo, que está implícito en los recursos humorísticos, es más enfático si las situaciones o personajes a los que alude son verdaderos o actuales. Es decir, si pertenecen a la escena política, económica o de relevancia social permanente.

En mayor o menor grado el humorismo ridiculiza y así se prepara para convertirse en un arma eficaz al servicio de la crítica periodística. Todos los recursos humorísticos tienen un denominador común: minimizar la exigencia de que algo en particular debe tomarse en serio, bien reduciéndolo al absurdo, bien reduciéndolo a lo

⁶² Santamaría Suárez, Luisa, "Generos para la Persuasión en Periodismo", Editorial Fragua, Madrid, España, 1997. Pág. 124.

negligente, de manera que produzca placer la minimización⁶³".

Es notorio que la mayor parte de los diarios que se autodefinen como "populares" han registrado un tratamiento irónico de la cobertura de los hechos relacionados con "sus" adversarios, recurso que muchas veces se complementa con el uso de insultos, garabatos y palabras de marcado contenido obsceno.

Aquí no entraremos a juzgar dicho uso. Nos interesa, eso sí, recalcar que esta estrategia es cualquier cosa menos gratuita.

Con respecto a la ironía, creemos poder señalar que su uso -al igual que el de la retrocación de nombres- es una táctica evasiva. ¿Porqué? Porque su ambigüedad, al decir pero no directamente, permite que el discurso se difumine sin mayor represalia por parte del afectado, el que no puede señalar que con la ironía se le acusa de algo con claridad.

José Joaquín Brunner⁶⁴ subraya esta impunidad de la ironía al indicar que *"quienes podrían tener un sesgo hacia la ironía terminan movidos por el resentimiento. Terminan no siendo irónicos sino destemplados, vociferantes, semi injuriosos respecto de los adversarios intelectuales. La ironía es sutil, fina, se descoloca, busca los márgenes, no le importa ganar una pelea sino que revelar un hecho que no estaba siendo atendido"*.

Otro punto del discurso de los "diarios populares" radica en su empleo de palabras que el vulgo usa en su conversación informal, caso que en nuestro país podemos ilustrar citando, entre otros, dos nombres actuales: La Cuarta⁶⁵ y The Clinic.

⁶³ Idem.

⁶⁴ (El Mercurio, Artes y Letras del 20 de mayo del 2001, Pág. 19).

⁶⁵ El autor de este proyecto, en conversación con un periodista de este medio, recibió como confidencia que su sistema de trabajo consistía en la redacción de una nota "tradicional" para luego modificar el

En un ensayo sobre "La Cuarta", incluido en "La Pantalla Delirante", Roxana Alvarado cita al mexicano Carlos Monsivais quien justifica el empleo de la grosería por parte de elementos populares de la urbe, en tanto "*gramática esencial de clase*". Al glosar tal cita, Alvarado indica:

"Más allá del peso específico que puedan cobrar en cada situación, lo que resulta decisivo es que detrás de estas expresiones se refleja no sólo la necesidad de hacerse visible socialmente, sino además el desarrollo de instrumentos propios para enfrentarse a un mundo configurado por el cinismo del lenguaje establecido. O como dice (el colombiano Jesús) Martín-Barbero: "Es la revancha del pueblo contra el orden del mundo que los excluye y les humilla y contra el tejido simbólico que articula ese orden. Des-articulación, confusión, hablar rápido, mal hablar, son los mecanismos que se usan para imponerse o parodiar la retórica de los que sí hablan bien".

La contraparte de una visión de este tipo fue encontrada en la revisión de material bibliográfico pertinente para este trabajo. En efecto, el periodista norteamericano Carl Warren⁶⁶ señala:

"Cada periódico traza su propia línea divisoria entre exactitud y vulgaridad, decencia y obscenidad, vigor y mal gusto; pero siempre hay una línea. En ninguna parte se tolera la grosería. El público lector de periódicos no es un grupo de juerguistas ebrios en un bar ni un teatro lleno de individuos sofisticados. Hay que considerarlo como una familia en su sala de estar. En última instancia, el reportero procura conocer y respetar las limitaciones sancionadas por su propio periódico.

(...)Su periódico es un huésped en los hogares de sus lectores. Procure que se comporte como tal"

texto transformando uno por uno los conceptos aplicados en su texto trasladándolos a un lenguaje "popular"... intentando modificar una por una todas las palabras de la nota periodística.

⁶⁶ Warren, Carl, "Géneros Periodísticos Informativos", Editorial A.T.E., Barcelona, España, 1975. Pags. 249 y 251.

Por su parte, un caricaturista norteamericano, Burris Jenkins, ofrece una elocuente visión sobre el "modo de hacer" del humorismo en la prensa. Si bien su trabajo se desarrolló con materiales gráficos, bien sirve su declaración para la eventual comprensión del discurso humorístico.

"El caricaturista no puede decir que su obra "vale más que mil palabras" mientras no logre la combinación ideal del atractivo visual y el juego de palabras.

(...)El juego de palabras suele tener doble significado, o más. A menudo es una interpretación distinta de una frase o cita de uso corriente.

Para grabar su mensaje en la mente del lector el caricaturista tiene además el privilegio de exagerar, tanto en su dibujo como en el uso de la alegoría.

(...)El empleo de alegorías en las caricaturas es más un juego de imágenes que de palabras. Realzan el significado, agudizan la penetración de la idea. En vez de calificar de "villano" a uno de los personajes de la caricatura, es mucho más expeditivo y eficaz ponerle cuernos y cola; o bien, rodear de un halo la cabeza de un personaje bueno".

Otro acercamiento al tema lo encontramos en el mundo de la retórica romana. Acudimos en este caso a Marco Flavio Quintiliano, quien en sus "Instituciones Oratorias" reflexiona en torno de lo que sustenta lo humorístico y entrega una breve clasificación.

"La mayor dificultad está en decir de que nos vamos a valer para excitar la risa. Si hubiéramos de recorrer todos los medios que hay para ello, no hallaríamos el fin y trabajaríamos en vano. Excitamos la risa ridiculizando los defectos del cuerpo o del ánimo contrario, esto es sus dichos y acciones, u otras cosas que están fuera del ánimo y del cuerpo. Cuando vituperamos a esto se reduce; y si esto se hace con gravedad, será una vituperación seria, así con gracia se llama ridiculizar. Los defectos, o se descubren, o se cuentan o se notan con alguna chanza".

Remontándonos a la actualidad y en un análisis sobre el surgimiento de lo que llama "la sociedad humorística", el francés Gilles Lipovetsky advierte que el desarrollo del código humorístico se ha ido posicionando hasta en los planos más impensados como puede serlo el de las publicaciones de corte serio. En efecto, llama la atención sobre el hecho de que *"basta con leer los títulos de los periódicos, las revistas e incluso los artículos científicos o filosóficos. El tono universitario deja paso a un estilo más dinámico hecho de guiños y juegos de palabras"*⁶⁷.

Este sentido del humor posmoderno sería de tipo informal, callejero, exento de pesadez o refinamiento, alejado diametralmente del flemático humor inglés. Se trataría de un modo de afrontar la angustia diaria, mediante un proceso de búsqueda de elementos cómicos de la existencia, a modo de defensa ante sus aspectos arduos, problemáticos.

Pues bien, si un elemento de la cotidianidad ha sido relacionado usualmente con la solemnidad y la pompa, este es el mundo de la política. En el proceso de desacralización de las instituciones anunciado por Lipovetsky, la política es uno de los blancos más vulnerables.

"(..)Ahora incluso el más serio, el más solemne -sobre todo éste- por contraste, adquiere una tonalidad cómica. Nadie es ajeno a ello en un momento en que el propio conflicto político, la división derecha-izquierda se disuelve en una parodia de rivalidad... (..)Al personalizarse, la representación de lo político se ha vuelto sumamente humorística: cuanto más las grandes opciones dejan de oponerse drásticamente, más el político se caricaturiza en combates a dos o a cuatro: más aumenta la desmotivación política, más la escena política se parece a un strip-tease de

⁶⁷ Lipovetsky, Gilles, *"La Era del Vacío. Ensayos sobre el Individualismo Contemporáneo"*, Editorial Anagrama, Barcelona, España, 1996, pág. 136.

*buenas intenciones, de honestidad, de responsabilidad y se metamorfosea en mascarada bufa*⁶⁸ (subrayado nuestro).

Pierre Bourdieu llega a conclusiones semejantes. Destaca el modo en el que el tema de lo político presenta la necesidad de un tratamiento especial, dada su índole sería en un contexto social opuesto.

"En un mundo dominado por el temor a ser aburrido y el afán de divertir a cualquier precio, la política está condenada a aparecer como un tema ingrato que se excluye en la medida de lo posible de las horas de gran audiencia, un espectáculo poco estimulante, incluso deprimente, que hay que convertir en interesante".

(...) Todos estos mecanismos se unen para producir un efecto global de despolitización o, más exactamente, de desencanto de la política. La búsqueda de la diversión tiende, sin que haya necesidad de desearlo explícitamente, a desviar la atención hacia un espectáculo (o un escándalo) cada vez que la vida política hace que surja una cuestión importante, pero de apariencia fastidiosa, o, más sutilmente, a reducir lo que se suele llamar "actualidad" a una rapsodia de acontecimientos divertidos, a menudo situados, como en el caso ejemplar del juicio de O.J. Simpson, a medio camino entre el suceso y el show, a una sucesión de acontecimientos yuxtapuestos por las casualidades de la coincidencia cronológica... (el subrayado es nuestro)⁶⁹".

⁶⁸ Op. cit. pág. 162.

⁶⁹ Bourdieu, Pierre, "Sobre la Televisión", Liber Éditions, París, Francia, 1996. Pág. 75.

2. 2.- Periodismo y ciertas usanzas de la ficción.

***E**n la medida en que la información se tenga por improbable y que justo por eso se seleccione para que forme parte de la noticia, surge la pregunta por dicha selección. Tanto el código especializado para efectuar esta selección en el sistema, como el programa, dejan que corra dentro del sistema la sospecha acerca de los motivos. (...) El tiempo moderno ha experimentado dos respuestas diferentes ante este aspecto contingente de todo suceso. Una es que sólo lo nuevo, lo sorprendente, lo artificial gusta, y que lo otro simplemente es como es. Esta es la respuesta de la teoría del arte. La otra se pone del lado del acto de comunicar y ve que en ello siempre participan los intereses. Esta es la respuesta de la teoría política (política entendida en el sentido antiguo, de comportamiento público por antonomasia). Esto lleva a la distinción de motivos manifiestos y latentes de la comunicación⁷⁰"*

El párrafo anterior puede suscitar un par de reflexiones con respecto a nuestro objeto de estudio (las que esperamos complementar a lo largo del desarrollo de nuestra tesis). En efecto: The Clinic hace un uso reiterado de lo falso como eventual posibilidad noticiosa y lo hace siguiendo una doble estrategia: por una parte, una de tipo generalizadora, publicitaria, etc., y que tiene por objeto principal, darle a cierta parte de la población (¿el pueblo...?) un tipo de entrega noticiosa que podríamos definir de original, inusitada; por la otra, por medio de un ataque a instituciones como la Política y la Iglesia, ejercer una crítica que a veces parece contradictoria y de móviles oscuros, incluso sospechosamente indescifrables. ¿Qué podría fundamentar esta crítica a una forma de verdades instauradas por instituciones representantes del poder tradicional? Su carácter opresivo, su forzosa lugubridad:

⁷⁰ Luhmann, Niklas, "La Realidad de los Medios de Masas", Anthropos Editorial, Barcelona, España, 2000. Pág. 58.

"La creencia en la realidad forma parte de las formas elementales de la vida religiosa. Es una debilidad del pensamiento, una debilidad del sentido común, y la última trincheras de los celadores de la moral y de los apóstoles de lo racional. Afortunadamente, nadie, ni siquiera los que lo profesan, vive de acuerdo con ese principio y con razón. Nadie cree básicamente en lo real, ni en la evidencia de su vida real. Sería demasiado triste⁷¹".

El investigador chileno Eduardo Santa Cruz, trata de postular una explicación que puede remitirse a otro de los aspectos de nuestro problema: guarda relación con causas que fundamentarían la duda ante lo que tradicionalmente se ha convenido en aceptar por real. (The Clinic, creemos, apuesta por una deformación de lo real). En un ensayo incluido en "La Pantalla Delirante⁷²", Santa Cruz postula:

"En este progresivo abandono de lo real como referente es necesario incluir la factibilidad de una hiperrealidad, producto del maridaje entre la lengua audiovisual, la informática y la interacción medial. Eliminando los marcadores clásicos entre la "verdad" y la ficción, presentes en toda sociedad y toda cultura hasta ahora, la realidad virtual es el espacio propio del simulacro, que no corresponde a un territorio, a una referencia, a una sustancia, sino que es la generación por un modelo de algo real, sin origen ni realidad. La verdad, la referencia, la causa objetiva son indiscernibles.

(...) Finalmente, y justamente por todo lo anterior en su versión inversa, al mismo tiempo los medios segregan su propia ambigüedad. Producen y generan los acontecimientos informativos, pero también producen una suerte de incertidumbre respecto de la realidad. Si bien producen un proceso de conformismo y aceptación general, a la vez, producen una indiferencia total, una especie de incredulidad radical. Intervienen en lo real, producen una realidad o hiperrrealidad que lo sustituye y al mismo tiempo nos desengañan sobre la realidad. De algún modo, nos enseñan a no tomar nunca más lo real por lo real."

⁷¹ Baudrillard, Jean, "El Crimen Perfecto", Editorial Anagrama, Barcelona, España, 1996. Pág. 132.

⁷² Santa Cruz, Eduardo, "El imperio de lo verosímil", págs. 80 y 82, en Ossa, Carlos, (compilador) "La Pantalla Delirante. Los nuevos escenarios de la comunicación en Chile", Lom Ediciones / Universidad Arcis, Santiago, Chile, 1999.

Siguiendo la idea anterior cabe preguntarse qué es lo que motiva a los medios a informar sobre determinados hechos. Si consideramos que la mayor parte del sistema mediático mundial está estructurado en tanto "empresa periodística", debemos reconocer que uno de sus imperativos es vender, tanto para sustentarse económicamente como para influir en la sociedad (lógicamente si una información carece de receptores poco es lo que podrá contribuir al debate en la opinión pública). La ya clásica definición de noticia como informar sobre "el hombre que muerde al perro" tiene su correlato pragmático en las palabras de Eduardo Puga, periodista español: *"Únicamente merece la atención de agencias y periódicos aquello que se aparta de la rutina diaria. Nadie compraría diarios, si le ofrecen lo mismo que el ciudadano ve todos los días en la calle de un modo directo y espontáneo"*⁷³.

Otro elemento influye en esta selección: la relevancia. Tradicionalmente se ha sostenido que el valor de una noticia va en directa relación con el hecho de su importancia para un mayor número de personas. Ahora bien, el concepto de "importancia" ¿es tajante, absoluto? No, por el contrario: se trata de un valor relativo. Citando a su colega norteamericano Neil Postman, Puga nos recuerda que:

*"El genial invento de Morse, el telégrafo, introdujo en el universo informativo la irrelevancia, la incoherencia y la impotencia. La comunicación telegráfica difundió noticias que se habían producido a miles de kilómetros del lugar en que se editaban, es decir, liberó a la información del contexto circunstancial inmediato. (...)Se comenzó entonces a considerar que el valor de la información no estaba vinculado a ninguna función que pudiera ser útil a la acción, a la toma de decisiones políticas, económicas o sociales. A partir de entonces se valoró especialmente la espectacularidad, la sorpresa producida en el público o la satisfacción de curiosidades malsanas. La noticia se convirtió en un objeto de consumo"*⁷⁴.

⁷³ Alvarez Puga, Eduardo, "Maldito Mercado. Manifiesto contra el Fundamentalismo Neoliberal", Ediciones B, Barcelona, España, 1996. Pág. 219.

⁷⁴ Op. cit. pág 227.

2. 3.- La Formula del Periodismo Sensacionalista en Chile.

"Espectacularidad, sorpresa producida en el público y satisfacción de curiosidades malsanas...". Lo anterior nos lleva a mencionar una forma periodística presente de modo poderosísimo en la historia de la prensa escrita chilena de los últimos 50 años: la estrategia de la prensa sensacionalista, circunscrita al ideario de la prensa popular.

Tributario de una destacada tradición que, sin ánimo de ser concluyentes, comprende nombres tan diversos como "El Clarín" hasta ciertas propuestas actuales de "Las Últimas Noticias", el sensacionalismo registra ciertas características que le dan una fisonomía propia. En un estudio de 1985 Guillermo Sunkell, cita una definición de sensacionalismo -atribuida al periodista Graham Martin- que trata de fundamentar una explicación sobre la desproporción entre su formato y el tamaño de los diarios "tradicionales" del tipo tabloide, la que motivaría, por parte de los directivos de estos medios, la búsqueda de una mayor "impresión emocional" ya desde los titulares:

"Hechos políticos importantes son tratados como fuentes de miedo, excitación, alegría, alarma; o bien, como fuentes de curiosidad, "interés humano", calidez. Para esta prensa otro tipo de hechos tales como desastres, chismes o incidentes domésticos parecen tener la misma relevancia que los hechos políticos. Por otra parte, los recursos tipográficos se entremezclan con los hechos noticiosos: titulares, posición en la página, fotografía. Cualquiera sea la fuente, cada hecho es presentado en términos de algún tipo de actitud que se asume al lector le será emocionalmente cómodo adoptar... como vendedores de un producto de difícil comercialización, estos diarios

concentrarán toda su energía en la composición emocional de sus lectores⁷⁵".

Sunkell complementa esta definición y subraya la importancia del melodrama en el sensacionalismo, el que tendería a representar todo conflicto como situación humana, en la que priman sentimientos contrapuestos, no expuestos como conceptos sino que codificados como representaciones comprensibles fácilmente por cualquier lector. Tales representaciones apelarían a la subjetividad popular, la que estaría constituida, según el sociólogo nacional, por tres elementos: la personalización, la adjetivación y el humor, cuyo uso por parte de este tipo de prensa tendría como objetivo la "semantización del adversario" (definir a "el(los) enemigo(s)", para usar una definición habitual).

Para nuestra investigación, debemos mencionar a los diarios populares de masas, que no pocas veces recurren a tácticas sensacionalistas. ¿Cómo se autodefinen? Mediante su presentación en sociedad como "representantes", "defensores" de las "masas populares". Como ejemplos podemos mencionar lemas de algunos diarios nacionales, insertos en esta tradición. Las citas también remiten a Sunkell, por lo que hay que mencionar que se trata de diarios cuyo funcionamiento es analizado en su actuar antes de 1973:

- Clarín ("firme junto al pueblo").
- La Tercera ("el diario que llega a todos los hogares").
- Puro Chile ("un diario para la mayoría") y
- El Siglo ("combatiente de primera fila").

⁷⁵ Sunkel, Guillermo, "Razón y Pasión en la Prensa Popular. Un estudio sobre cultura popular, cultura de masas y cultura política", Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales, Santiago, Chile, 1985. Pág. 23.

En nuestros días, tenemos por ejemplo a La Firme ("Duela a quien Duela") y a The Clinic cuya definición, ya se ha dicho, no peca de inaugural ("Firme junto al pueblo"...).

Sunkell llama la atención acerca de un fenómeno que no deja de ser importante y que ni siquiera se percibe claramente. Se trata de la paradoja de que esta "prensa popular", dice representar al pueblo, pero, a la vez, toda su infraestructura e incluso su mensaje "no vienen del pueblo"; vale decir, no son un organismo de lo popular, sino que substitutos de lo que se supone es (o interesa a) lo popular.

2. 4.- Humorismos posmoderno y popular-clásico

El pensador francés Gilles Lipovetsky, analista de lo que se ha convenido en llamar "posmodernidad", llama la atención en torno a un hecho que se ha insertado en nuestra cotidianeidad, hasta tal punto que pareciera como si existiese desde siempre y que, por lo tanto, no representara mayor cambio. Esto no es así, nos clarifica. Se trata del auge de un elemento que ha existido desde tiempos remotos, pero que hoy adquiere el carácter de algo instaurado, mundial. Su tesis establece el surgimiento de una "sociedad humorística".

En "La Era del Vacío. Ensayos sobre el Individualismo Contemporáneo", libro de su autoría, leemos:

"Hace mucho tiempo que se ha subrayado la amplitud del fenómeno de dramatización suscitado por los mass media: clima de crisis, inseguridad urbana y planetaria, escándalos, catástrofes, entrevistas desgarradoras, bajo su objetividad de superficie, las informaciones juegan con la emoción, con el "pseudo-acontecimiento", el cliché sensacional, el suspense. Más desapercibido ha pasado un fenómeno asimismo inédito, de alguna manera inverso, aunque legible a todos los niveles de la cotidianeidad: el desarrollo generalizado del código humorístico"⁷⁶ (el subrayado es nuestro).

Cabe hacer notar que Lipovetsky advierte de que no se trata de una moda, o de algo pasajero: es un cambio antropológico y social. Su consecuencia fundamental sería erradicar jerarquías, desacrilizar instituciones, con lo cual se estaría prolongando "el objetivo secular de la modernidad democrática"⁷⁷. Se entraría, de este modo, en una sociedad igualitaria, aunque ya no por los métodos históricamente presupuestos. El cambio alcanzaría la siguiente dimensión:

⁷⁶ Lipovetsky, Gilles, "La Era del Vacío. Ensayos sobre el Individualismo Contemporáneo", Editorial Anagrama, Barcelona, España, 1996, pág. 136.

"(...) el fenómeno no puede ya circunscribirse a la producción expresa de los signos humorísticos, aunque sea al nivel de una producción de masa; el fenómeno designa simultáneamente el devenir ineluctable de todos nuestros significados y valores, desde el sexo al prójimo, desde la cultura hasta lo político, queramos o no. La ausencia de fe poseedora, el neo-nihilismo que se va configurando, no es ni ateo ni mortífero, se ha vuelto humorístico".

"Es imposible comprender la extensión de ese tipo de comportamiento sin relacionarlo con la ideología democrática, con el principio de autonomía individual moderna que ha permitido la valoración de las afirmaciones excéntricas voluntarias, de las actitudes no conformistas, distanciadas pero sin ostentación ni desafío, conforme a una sociedad de iguales" (el subrayado y énfasis son nuestros)⁷⁸.

Las manifestaciones del fenómeno se han desplegado abundantemente y con insólita variedad de recursos en los medios de comunicación de masas. Más allá del ingenio publicitario, los medios han visto que el aumento de su impacto es mayor toda vez que se aligeran mensajes y formatos. Pero ¿se trata meramente de un recurso mercantil destinado a incrementar ganancias? Lipovetsky plantea que es una expresión mucho más amplia:

"Sin duda los mensajes y comunicaciones divertidos corresponden a los intereses del marketing, pero el verdadero problema es ¿por qué? ¿Por qué este maremoto actual de los cómics entre los adultos cuando hace poco tiempo, en Francia, el cómic era ignorado o despreciado? ¿Por qué un lenguaje periodístico saturado de títulos burlones y ligeros? (etc...) Imposible explicarlo únicamente por el imperativo de vender, por los progresos del diseño o de las técnicas publicitarias. Si el código humorístico se ha impuesto, se ha propagado es porque corresponde a nuevos valores, a nuevos gustos (y no solamente a los intereses de una clase), a un nuevo tipo de individualidad que aspira al

⁷⁷ Op. cit., pág. 166.

⁷⁸ Op. cit., págs. 136 y 137.

placer y a la expansión, alérgica a la solemnidad del sentido después de medio siglo de socialización a través del consumo⁷⁹ (el subrayado y énfasis es nuestro).

El empleo del código humorístico está muy relacionado con las exigencias y características propias de nuestro tiempo. Incluso podemos conjeturar de que se trata de algo necesario en una época como la nuestra en la que se ha extendido una suerte de descreencia general que desconfía de lo ampuloso, de lo intrincado. En una sociedad "light", se hace evidente, valga la redundancia, de que los discursos ya no pueden ser "pesados" o de compleja comprensión. Indica nuestro autor:

"Al conceder derecho de ciudadanía a la fantasía, el código humorístico aligera los mensajes y les insufla una rítmica, una dinámica que corre a la par con la promoción del culto de lo natural y de la juventud. El código humorístico propone enunciados "jóvenes" y tónicos, elimina la pesadez y gravedad del sentido; es a los "mensajes" lo que la "línea" y la "forma" son al cuerpo. Así como la obesidad queda "prohibida" en un sistema que requiere la disponibilidad y movilidad permanente de los sujetos, asimismo los discursos enfáticos se eclipsan, pues son incompatibles con la exigencia de operatividad y celeridad de nuestro tiempo⁸⁰ (subrayado nuestro)

Pero el nuestro no ha sido ni con mucho el único período histórico en el cual el humorismo ha calado hondo en la conformación del sentido de una sociedad. Ya en la Edad Media, el humor alcanzó niveles de profundo arraigamiento en la sociedad.

El diccionario Enciclopédico Larousse Ilustrado registra sobre la risa:

- a) que es el "movimiento de la boca y del rostro que denota alegría",
- b) que "es propia del hombre" y
- c) que a veces alude a la acción de "no dar crédito o importancia".

⁷⁹ Op. cit. págs. 156 y 157.

La definición es esencial, lo reconocemos. De hecho, pueden atribuirse otras características y funciones a la risa. En efecto, la risa "propia del hombre" a menudo surge como mera reacción ante un estímulo irrisorio; otras, no obstante, puede transformarse en una respuesta crítica, en oposición.

Esto es así, toda vez que se considera la bipolaridad del mundo. En efecto, por una parte, existe el mundo de la seriedad, de la severidad y del poder; por el otro, el mundo del pueblo, el que busca en la risa un método para expresar autonomía.

Así lo plantea el escritor ruso Mijail Batjin en su obra "La Cultura Popular en la Edad Media y El Renacimiento", en la que -tomando como objeto de análisis la obra del escritor Francois Rabelais-, discurre, entre otros tópicos, sobre las oposiciones entre la seriedad y la risa. Su análisis, publicado a principios de la década de 1960, presenta elementos para configurar la esencia y posibilidades de un discurso de tipo humorístico.

Señala el autor que desde el seno de lo popular surge una desconfianza frente a la seriedad emanada del poder y su discurso oficial, el que, bajo un manto de gravedad, oculta hipocresía y engaño. La risa popular sería diferente y no emplearía los autoritarismos ni las mentiras. Sería *"una expresión de fuerza, de amor, de procreación, de fecundidad: estaba vinculada a la abundancia, a la comida, la bebida, la inmortalidad terrenal del pueblo, el porvenir, la novedad que abría nuevos caminos. De allí que el pueblo desconfiara de la seriedad y se identificara con la risa festiva⁸¹".*

Batjin recalca que la seriedad proveniente de lo "oficial" se asocia con la violencia, con el prohibir y con el restringir, suscitando para ello el miedo en el pueblo. Pero a la vez y paradójicamente, el pueblo también debe demostrar una cierta

⁸⁰ Op. cit. pág. 156.

seriedad; mas, se trata de una seriedad nacida de la argucia y del fingimiento: la seriedad que debe adular. Este fingimiento necesario para la autoconservación es una de las opresiones del pueblo.

"Además de la seriedad oficial, de la seriedad del poder, de la seriedad que inflinge terror e intimida, existe también la seriedad no oficial del sufrimiento, del miedo, de la timidez, de la debilidad; la seriedad del esclavo y la seriedad de la víctima (separada del sacerdote)⁸²".

Ante esta opresión el pueblo busca una salida, un estadio en el que pueda expresarse libremente, en el que pueda expandir su vitalidad reprimida: una de estas salidas es el carnaval:

"La vida carnavalesca es una vida fuera de su curso normal, es un mundo al revés, en el cual son abolidas las leyes y reglas que rigen la cotidianidad, se cancelan las jerarquías sociales, las distancias que separan a los seres humanos, y se instaura un contacto libre y familiar entre la gente. (...) Este tipo de contacto establece una nueva modalidad de las relaciones entre las personas, opuestas a las relaciones jerarquizadas de todos los días. Por eso dentro del carnaval no sólo son posibles, sino obligados los actos plenos de excentricidad, las parejas desiguales, las profanaciones de lo sagrado y de lo jerárquicamente superior⁸³".

Lo anterior postula que el carnaval constituye una ruptura en la vida tal como la vive el pueblo día a día, que establece una des-jerarquización de roles, y que motiva actos insólitos y profanaciones. A ello se debe agregar una suerte de

⁸¹ Batjín, Mijail, "La Cultura Popular en la Edad Media y en el Renacimiento", Alianza Editorial, Madrid, España, 1998. Pág. 90.-

⁸² S. Averintsev, V. Makhlin, M. Rykliin, T. Burbnova (editores), "En torno a la cultura popular de la risa: nuevos fragmentos de M. M. Bajtin (adiciones y cambios a Rabelais)", Anthopos Editorial, Barcelona, España, 2000. Pág. 167. (Como su nombre lo indica, este volumen es una compilación de artículos de análisis de la obra de Batjín. Los textos extraídos interpretan las conclusiones del escritor ruso).

⁸³ Idem. Pág. 148.-

manifestación anexa, comprensible en todo caso dado el repentino estado de deformación que acarrea lo carnavalesco, esto es el *"extraordinario crecimiento del uso de las formas discursivas y gestuales de carácter familiar: del tuteo, de las expresiones injuriosas, la debilitación de la etiqueta, el trato más familiar que dan los hijos a los padres y, en general, a los adultos, etc."*⁸⁴

Reseñemos algo más sobre esta nueva faceta de la cultura popular:

"Las groserías, juramentos y obscenidades son los elementos extraoficiales del lenguaje. Son y fueron considerados una violación, flagrante, de las reglas normales del lenguaje, un rechazo deliberado a adaptarse a las convenciones verbales: etiqueta, cortesía, piedad, consideración, respeto del rango, etc.

*"(...)los aspectos laudatorios e injuriosos son evidentemente propios de toda palabra, de todo lenguaje viviente. No existen palabras neutras, indiferentes, no puede haber, en realidad, sino palabras artificialmente neutralizadas. Lo que caracteriza a los fenómenos más antiguos del lenguaje es, aparentemente, la fusión del elogio y la injuria, el doble tono de la palabra"*⁸⁵.

La risa ha sido desestimada, sin embargo, y uno de sus principales impugnadores lo constituye la tradición del cristianismo. En efecto, para esta religión la risa es considerada un elemento corruptor, plebeyo, profano.

Un ejemplo de tal precepto lo encontramos en una novela escrita por el semiólogo italiano Umberto Eco. En su célebre "El Nombre de la Rosa", ambientada en una abadía benedictina en el siglo XIV, encontramos el siguiente diálogo, que establece una oposición entre la expresión usada por los comediantes y la de las enseñanzas de Jesús. Por otra parte, contiene una idea particularmente perturbadora y

⁸⁴ Idem. Págs. 208 y 209.-

⁸⁵ Batjin, 169.- Los subrayados y negritas son nuestros: su fin es establecer como preámbulo que la grosería, en tanto muestra de rechazo al mundo oficial, es un elemento muy presente en The Clinic.

que muestra de modo paradigmático el porqué los cristianos no consideran la risa como algo elevado de seguir: esa idea es que Jesús nunca rió.

- *Se habló de la risa -dijo secamente Jorge-. Los paganos escribían comedias para hacer reír a los espectadores, y hacían mal. Nuestro Señor Jesucristo nunca contó comedias ni fábulas, sino parábolas transparentes que nos enseñan alegóricamente como ganarnos el paraíso, amen.*
- *Me pregunto -dijo Guillermo-, por qué rechazáis tanto la idea de que Jesús pudiera haber reído. Creo que, como los baños, la risa es una buena medicina para curar los humores y otras afecciones del cuerpo, sobre todo la melancolía⁸⁶" (el subrayado es nuestro).*

Pero en su libro, el personaje de Jorge Burgos va aún más lejos. La risa es hasta tal punto un elemento que degrada al ser humano, que recurre a adjetivos tajantes para injuriarla. En efecto, indica que la risa es "la debilidad, la corrupción, la insipidez de nuestra sangre. Es la distracción del campesino, la licencia del borracho⁸⁷". (el subrayado es nuestro).

En su radical visión como defensor de los principios cristianos, Burgos establece una contraposición entre lo que podría considerarse la risa "permitida" y la risa "subversiva". Pues bien, la iglesia establece ciertos momentos de esparcimiento para el pueblo, considerando a éste, a la vez, como plebeyo y vulgar. En tales momentos, la risa no alcanza mayor finalidad que ser un distractivo, un paliativo para evitar anhelos o pretensiones inconvenientes. Por otra parte, existe otra risa, la que subleva al pueblo y le libera. Esta es la risa que emana del pensamiento, que se centra en una función que puede derivar en crítica. Y esta es la risa que Burgos, a nombre de la tradición cristiana, execra. Veamos la siguiente cita, en la cual sus palabras concluyen con una proposición perturbadora:

⁸⁶ Eco, Umberto, "El Nombre de la Rosa", Ediciones de la Flor, Barcelona, España, 1982.-

⁸⁷ Op. cit, pág. 573.

"Incluso la iglesia, en su sabiduría, ha permitido el momento de la fiesta, del carnaval, de la feria, esa polución diurna que permite descargar los humores y evita que se ceda a otros deseos y a otras ambiciones... Pero de esta manera la risa sigue siendo algo inferior, amparo de los simples, misterio vaciado de sacralidad para la plebe. (...) Pero aquí, aquí... -y Jorge golpeaba la mesa con el dedo, cerca del libro⁸⁸ que Guillermo había estado hojeando-, aquí se invierte la función de la risa, se la eleva a arte, se le abren las puertas del mundo de los doctos, se la convierte en objeto de filosofía, y de páfida teología... (...)La risa distrae, por algunos instantes, al aldeano del miedo. Pero la ley se impone a través del miedo, cuyo verdadero nombre es temor de Dios⁸⁹".

Esta condena de la risa también la encontramos descrita por el ya mencionado Batjin. Plantea, irónicamente, que la tradición "juiciosa" de los pueblos cristianos encuentra "un lugar para la risa eterna tan sólo en el Infierno", y en sus cercanías, la "risa continua", está "por ejemplo, ahí donde un ser infernal obliga a reír a un ser humano hasta que muera⁹⁰". (el subrayado es nuestro).

Por otra parte, uno de los comentaristas de los análisis de Batjin, es quien da su visión, matizada ante las tentativas de hacer del reír algo perverso. Subraya que, pese a los intentos religiosos de hacer de la risa algo que debe "extirparse" del hombre para preservar su rectitud, esta es inalienablemente algo humano, una forma en la que el hombre se sitúa ante el mundo.

⁸⁸ El libro en cuestión es el Libro Segundo de la "Poética" de Aristóteles. En la novela de Eco, constituye uno de los elementos conflictivos: en su afán por preservar que el conocimiento filosófico que encierra en torno a la función de la comedia, Burgos genera un incendio que destruye la biblioteca de la abadía y los saberes que en sus libros se conservan.

La risa genera un incendio destructor: la metáfora, sostenemos, puede intuirse.

⁸⁹ Eco, Umberto, op. cit. págs. 573 y 574. Los subrayados son nuestros.

⁹⁰ Batjin, Mijail, "La Cultura Popular en la Edad Media y en el Renacimiento", Alianza Editorial, Madrid, España, 1998. Pág. 16.-

"Satanizar la risa como principio, aún en nombre de nuestras convicciones religiosas, puede ser peligroso y tener consecuencias imprevistas. Como mínimo podemos considerarla, siguiendo otra opinión rusa, como la alegre respuesta que da el bien al mal del mundo, y demuestra a la vez que el mal es superable. Porque como máximo, viene a ser la parte inalienable de la estructura del mundo y de la imagen que el hombre tiene de si mismo⁹¹".

⁹¹ S. Averintsev, V. Makhlin, M. Rykliin, T. Burbnova (editores), "En torno a la cultura popular de la risa: nuevos fragmentos de M. M. Bajtin (adiciones y cambios a Rabelais)", Anthopos Editorial, Barcelona, España, 2000. Pág. 161

2. 5.- La ironía ante la contingencia del país.

Si aceptamos como supuesto que uno de los fundamentos comunicacionales del periódico The Clinic es su persistente tratamiento irónico de la contingencia, resulta necesario establecer algunos alcances sobre la ironía. Para hacerlo, acudiremos al sociólogo chileno José Joaquín Brunner.

Indica Brunner que el surgimiento de la ironía en la historia se ve estimulado por el perfilamiento de divergencias de ritmos y de contradicciones discursivas entre el campo político y el cultural.

"Es la ironía que tiene su lugar allí donde la agresividad se canaliza casi abiertamente a través de la política y se reprime casi por completo en la esfera cotidiana de la cultura, aunque no sea más que una apariencia. Los hombres se disparan por sus ideas o por sus creencias, torturan al prójimo para que confiese ser comunista y queman libros en la calle para exorcisar el poder de la escritura, como ha sucedido en Chile, al mismo tiempo que son superficialmente hospitalarios, que hablan con voz melodiosa y se muestran corteses, "como caballeros", en el trato personal, incluso cuando desean expresar o perciben hostilidad"⁹².

Es en esta dimensión incoherente, extravagante, en donde, entonces, puede surgir la ironía, "una trizadura en la historia que podría aprovecharse para la risa inteligente", como sugiere Brunner. El sociólogo opone al surgimiento de lo irónico como espacio de crítica razonada el hecho de que la política nacional se ha caracterizado por la gravedad y la seriedad, lo que no nos permitiría a los chilenos verse tal como son: como los habitantes de un país contradictorio. En efecto:

⁹² Brunner, José Joaquín, "Un Espejo Trizado. Ensayos sobre cultura y políticas culturales", FLACSO, Santiago, Chile, 1988. Pág. 39.

"Preferimos vernos con los ojos de la política y su secuela de ideologías e ideologismos: como un país respetado entre las naciones, glorioso en sus tradiciones, experimentador de grandes innovaciones, absoluto en sus ideales, cualesquiera que ellos sean: el comunitarismo, el socialismo, el libre mercado. Sobre todo, nos interesa proteger nuestros ideales de la ironía, de la distancia que pudiera dejar un hueco para la duda, para la razón y para la risa. Así custodiamos la gravedad de la política, sin que nos importen mayormente su eficacia, sus límites, su material ambiguo"⁹³

Postula Brunner, sin embargo, que la ironía es la única que puede establecer una relación de cierta armonía entre los campos mencionados, el político y el cultural, cuya disyunción ha significado más de un desgarró en nuestra historia. Son, dos estadios, repetimos, que conllevan lógicas y velocidades propias, disímiles y que muchas veces entrechocan. En efecto, por un lado, la cultura es el estandarte de la fantasía y los ideales; la política, en tanto, *"se ocupa, como lo hace en el capitalismo avanzado (incluso en el socialismo real, sólo que allí reforzada por la cultura conservadora), de refrenar los vuelos de la imaginación para atarla a los intereses del poder, a la negociación del orden, a la demora de las leyes y al desinterés por la acción de los partidos"*⁹⁴.

En el ya mencionado "Un Espejo Trizado", de 1988, Brunner hace una predicción sobre como será nuestra contingencia. En su texto "Fragmentos e Incertidumbres del año 2000", nos entrega una visión que no se aleja mucho a la hora de configurar lo más representativo de la sociedad que nos toca vivir, dimensión singular y objeto para el acto irónico. Esta es la predicción del sociólogo:

Conviviríamos, pues, en un contexto de *banalidad cotidiana*, en donde nuestra cultura sería cualquier cosa menos autónoma, y se sustentaría en elementos foráneos, sin gran riesgo ni renovación.

⁹³ Idem.

La democracia chilena sería ambigua y estrictamente un "posautoritarismo", el lugar para una cultura plena de divisiones, de cargas del pasado... Si algo bueno podría esperarse de tal ambiente democrático, esto se reduciría, señala Brunner, a la expresión de las heterogeneidades culturales; no obstante, inserta ésta en una trama continuista:

"La suma de las heterogeneidades constitutivas de la cultura chilena y de estos elementos de sobredeterminación ética (consecuencia evidente, advierte el sociólogo, de la "exacerbación ideológica" posautoritaria) apuntan, me parece, en una dirección clara: hacia la mantención en vigencia, para hoy igual que para mañana, de los discursos unificadores, absolutos, purificadores de la realidad. Por la derecha esto se manifiesta en un discurso del orden excluyente, defensivo, siempre amenazado que necesita domesticar una heterogeneidad corrosiva de la nación y a las ideologías que las explican como desigualdades de base económica. Por la izquierda, la manifestación de esa aspiración unificadora recibe la forma de un proyecto destinado a suprimir esas desigualdades a partir de un modelo de sociedad integrada moralmente, conducida por el Estado, programada político - ideológicamente. Incluso al centro las formulaciones más acabadas para un nuevo orden descansan en el supuesto de que la heterogeneidad tiene una solución constructivista: multiplicar las solidaridades, crear comunidades, integrar por los márgenes, difundir un sentimiento moral de unidad⁹⁵".

⁹⁴ Op. cit. pág. 40.

⁹⁵ Op. cit. pág. 143. Subrayados nuestros.

CAPITULO 3.- ALGUNOS ANTECEDENTES DEL ITINERARIO DEL PERIODICO "THE CLINIC"

3. 1.- Un famoso arresto que deriva en la aparición de un periódico

La aparición del primer número del periódico The Clinic se remonta al Lunes 23 de noviembre de 1998, a semanas del arresto en Londres del por entonces senador vitalicio Augusto Pinochet. Su nombre aludía al centro hospitalario en el que fue recluso: "The London Clinic".

Por aquel entonces, el periódico tenía características que lo diferenciaban bastante de la publicación que conocemos en nuestros días. En efecto, lo principal de esta propuesta fue su inicial carácter "clandestino", el que sería explicado por su Director, Patricio Fernández, un año después, en la editorial de la edición del primer aniversario. Señala que la publicación (por entonces sólo de aparición mensual y sin valor de venta) constaba de *"los 20.000 ejemplares que sacábamos y que deambularon en bares y universidades"*. Se trataba de tiradas en blanco y negro, del mismo tamaño con el que circula en la actualidad, y de sólo 4 páginas. Era un periódico que transitaba de mano en mano, y cuyas temáticas eran casi exclusivamente políticas, y centradas en el juicio de Pinochet.

Estas son las palabras del periodista Guillermo Tejada⁹⁶, otro de los fundadores del periódico:

"Exasperados por el bloqueo informativo, social y político que vivíamos en Chile a raíz de la deliciosa detención de Pinochet por Garzón en Londres, nos juntamos algunos una noche a comer pasta italiana y a imaginar un pasquín que quería editar Patricio Fernández.

⁹⁶ <http://www.guillermotejeda.cl>

(...)La tesis es que las noticias inventadas resultaban más cercanas a la realidad que las noticias oficiales. Yo desconfiaba del poder de las caricaturas dibujadas, así es que empezamos a usar fotos absurdas, imitando un poco el entrañable estilo del fenecido diario CLARIN. Incluso cuando dibujé el logo le puse debajo su mismo slogan "Firme junto al pueblo" (el subrayado es nuestro).

Cabe destacar un hecho que cambiaría con el correr del tiempo: en esos primeros números The Clinic empleaba titulares de orden "semi" informativos, y no sarcásticos ni ofensivos. Se empleaba, eso sí, una cierta deformación de los hechos, pero esta era mínima, comparada con los experimentos posteriores. El empleo de fotografías tampoco era tan intencionado y no se usaban retuécanos computacionales para alterar las imágenes empleadas.

En síntesis: se trataba, según nuestro parecer, de una publicación menos humorística que lo que sería en sus años posteriores, más denunciante y no tan opinativa ni tan caracterizada por un uso ficcional. Un hecho no menor también se debe reseñar: durante su primer año The Clinic no registró ningún autor de las notas publicadas, ni menos aún cuerpo directivo. Es más, sólo al 5º mes de publicación se ofrece un número de teléfono (sin nombre responsable) para solicitar el envío a domicilio de la publicación.

La evolución de los primeros números registra cambios leves, pero que irán estableciendo ciertas tácticas que conducirán a la conformación de lo más emblemático de la entrega.

Los números se suceden con una periodicidad mensual y de entrega gratuita.

(...) El 29 de marzo del 99, aparece el 7º Nº, que registra el nombre del Director Responsable y del Productor Ejecutivo: Patricio Fernández y Marco Henríquez Ominami, respectivamente.

La siguiente edición -8º Número- inicia, siguiendo la tradición de los diarios nacionales, la inclusión de "suplementos". El primero de ellos se llama El Mercurio⁹⁷...

Finalmente, en su 9º número The Clinic cumple un año de existencia. Para tal evento se incluye una Editorial del Director Fernández que incluye la siguiente formulación de propósitos:

"Nosotros queríamos publicar lo que se decía en las fuentes de soda y en las conversaciones de amigos, donde se mezclaban sin ningún conflicto los comentarios sexuales con el acontecer social y la política más encumbrada" (el subrayado es nuestro).

Por ese entonces, The Clinic ya tiene 11 páginas y comenzará a ser quincenal. Este número de aniversario es el primero con precio (\$200).

Luego, en el N° 10 se incluye por primera vez la sección "Carta al Director". Emblemáticamente, la primera de todas ellas, los felicita por revivir el espíritu de "El Clarín" y usar su ya clásico eslogan "Firme junto al Pueblo". La carta, de sólo dos párrafos publicados, merece una breve transcripción, fundamentalmente por la identidad de sus autoras:

⁹⁷ De las palabras de Patricio Fernández citadas del encuentro en UAHC en 2000, se puede observar que el medio optó por establecer una diferencia con el estilo imperante, lo que comenzó a realizar por medio de, entre otros, una constante "parodia" de los nombres de diarios y de sus suplementos.

1ª "Carta al Director" publicada en

The Clinic (fragmento):

Estimado Director:

Como hijas del autor de la frase "Firme Junto Al Pueblo", don José Dolores Vásquez M., hemos leído con mucho interés The Clinic y queremos agradecerle que hayan resucitado el espíritu libertario, independiente y resueltamente impertinente del diario El Clarín.

Helia, Gloria y Tatiana Vásquez A.

En los siguientes números se identifican nuevos colaboradores del proyecto, provenientes del mundo del Periodismo, de la Literatura y de la Televisión: Enrique Simns, Andrea Lagos, Angel Carcavilla, Rafael Gumucio, Pedro Lemebel, Alejandra Matus, Claudia Lagos, Pablo Azocar, Gonzalo Contreras, Jaime Coillyer, Roberto Brodski, Pedro Peirano, etc.

Para el 27 de enero de 2000 (Nº 16), el medio se define con respecto al triunfo del candidato presidencial de la Concertación, Ricardo Lagos, luego de la 2ª vuelta de esas elecciones. Afirma Fernández en la Editorial:

"El día que ganó Lagos, sus votantes, más que festejar esa victoria, sentimos alivio. (...) El asunto es que pasado el alivio, nosotros no estaremos aquí para aplaudir como monos de circo, y si ese bozal de perro que ha llevado a Chile a preocuparse únicamente de los hoyos y el TV cable y a rozar con su voto la elección de un Lavín no desaparece, aquí nos verán rompiéndoles las pelotas al gobierno de turno".

Por otra parte, encontramos en la Editorial del Nº 39 (30-11-2000) una interesante descripción de The Clinic por Patricio Fernández. Surge como modo de respuesta a declaraciones de José Joaquín Brunner en Caras de ese 10 de noviembre en las que, entre otras definiciones compara a revista Rocinante con Descartes y a

The Clinic con Rabelais. El texto se llama "A sacarse las medias, Mr. Brunner, porque hace calor":

"Nosotros no tenemos vocación de marginales, no nos gusta la oscuridad del underground, no le hacemos asco al mercado. (...) No preferimos disentir a estar de acuerdo y lejos de enorgullecernos el estar afuera de la corriente principal, permanentemente planeamos el modo de tomarla por asalto. Le huimos rabiosamente al apelativo de "alternativos", nos aburre la cultura de la queja y nos apartamos sin complejos de ciertos vicios de la izquierda tradicional (...) Más que contestatarios nos consideramos perplejos y antes de dictar cátedra acerca de las verdades del mundo, preferimos bailar, tomar y reírnos al son de sus defectos. (...) Queremos creer que la sociedad está cambiando más rápido que sus dirigentes y que las libertades personales están siendo ejercidas por muchos ya sin pedir permiso. No nacimos para disentir, sino para decir lo que nos plazca (...) Y una cosa más, no creemos ni remotamente que estemos haciendo el único y verdadero periodismo del futuro. Algún día confiamos que ustedes -los que llegaron al gobierno- sí lo harían, que al acabar la dictadura serían capaces de levantar un diario, y fue de puro cansados y frustrados que terminamos metiéndonos en esto, que aunque no le guste al ex ministro y a nosotros tampoco termine de satisfacernos, él debiera reconocer, cabizbajo, que al menos es algo".

Existe otra editorial que nos informa sobre el periódico. Está contenida en el número de aniversario N° 50⁹⁸, el más voluminoso hasta la fecha y en el que destacadas personalidades culturales, políticas, etc., escribieron como colaboradores. La editorial se llamó "Seguimos en pie":

"Por esos días (finales de 1998) estaba llevándose a cabo la pre campaña presidencial y fueron unos simpatizantes de Lagos los que ayudaron a financiar los primeros números de nuestro pasquín. El lugar desde el que queríamos hablar, sin embargo, era un lugar lo más distante posible a todo tipo de

⁹⁸ The Clinic N° 50, 3 de mayo de 2001, año 3.

banderas y por razones obvias se fue produciendo un distanciamiento de esos gentiles mecenas. (...) No sobrevivimos gracias a ninguna clase de auspicios ni procuramos serle agradable a ningún posible avisador: el slogan "Firme junto al pueblo" que le robamos al diario El Clarín, que inicialmente pensamos no sin restos de ironía, se fue llenando de sentido cuando nos dimos cuenta de que era gracias a la gente de la calle que nosotros seguíamos en pie. (...) Nos molesta el poder avasallador de ciertos empresarios que no aceptan un mundo en el que sean uno más, la mentalidad inquisidora de una iglesia que no se resigna a entrar democráticamente en una sociedad con distintas creencias, y toda política gastada y autoritaria que no reconozca el cambio de los tiempos y la existencia de nuevas sensibilidades"

Elocuente enunciación de "los enemigos" del medio.

En tal ejemplar, se incluyó una entrevista con el Presidente Ricardo Lagos. El mandatario se refiere a The Clinic: es *"un medio como cualquier otro. Lo cierto es que los leo regularmente"*.

3. 2.- El Mercurio contra The Clinic

A fines del año 2001, The Clinic ya era un periódico plenamente insertado en el mercado nacional. Por aquellos días, sus páginas ya habían consagrado al medio como deslenguado e irónico, aparte de establecerlo como constante parodiador de ciertas fórmulas periodísticas "tradicionales". Su parodia más prolongada tomó como objeto el diario que representaba a la Tradición Nacional Periodística en el más amplio sentido de la palabra (el énfasis es nuestro); es decir, El Mercurio. El nombre elegido fue El Mercurio.

La estrategia fue continua, punzante y, suponemos, destinada a desatar indignación en el clan Edwards, propietario del diario El Mercurio, al que Mario Gómez López, ha llamado en el periódico La Firme, "El Decano", en una definición centrada en el poder "canónico" del diario de los Edwards.

Fue por ello que en la actitud pendenciera -incluido el nombre coprolático con que denominaban a El Mercurio- contenida en la parodia de The Clinic se podía entrever una táctica mayor que un mero juego de palabras. ¿Cómo actuarían los responsables de El Mercurio? ¿Usando la misma estrategia paródica? ¿Empleando la fuerza de sus asociados para desequilibrar económicamente a la publicación? ¿Desprestigiando a los redactores de The Clinic? ¿Acogiéndose a algún resquicio legal en su contra? La solución al inconveniente apareció con las declaraciones de un periodista trasandino, por aquellos días "ex" colaborador de The Clinic.

Enrique Symms nació hace 56 años en Buenos Aires. Como periodista alcanzó renombre en su país con una revista que creó, llamada "Cerdos y Peces", y con su biografía del rockero Fito Paez. Trabajó en el periódico The Clinic desde el N° 9 (14-11-99) hasta fines de septiembre de 2001. Sin temor a exagerar se podría plantear que parte importante de las características presentadas como propuesta del periódico

durante su permanencia como colaborador le son atribuibles. Pero en julio de 2001, dejaron de aparecer artículos con su firma. En The Clinic no se registraron razones de su salida.

Entonces fue que El Mercurio aprovechó la oportunidad de tener a un ex miembro de la redacción de The Clinic que estaba dispuesto a contar *algunas verdades* sobre las rutinas del periódico: Symns, quien curiosamente⁹⁹, desnudaba sus sentimientos precisamente en el diario que sus ex compañeros llamaban El Mercurio.

Un elemento llamativo del caso fue que la relación de las declaraciones de los involucrados salieron publicadas en el suplemento *juvenil* de El Mercurio, Zona de Contacto, y no en un espacio periodístico de llegada más amplia. A la vez, la maniobra pudo haberse proyectado para posicionar a Zona de Contacto como representante de parámetros periodísticos de más relevancia que los empleados en esos días¹⁰⁰.

El reportaje estaba contenido en la sección "Z True Chilean Story" -paráfrasis de "The E True Hollywood Story", serie de documentales del canal estadounidense E Entertainment Television- de la Zona de Contacto del viernes 16 de noviembre de 2001, y se titulaba "The Clinic". Su planteamiento esencial se encontraba en la bajada del titular y decía:

⁹⁹ (Decimos "curiosamente" expresando nuestra reticencia a considerar honorable la actitud del argentino, quien en la mayor parte de sus declaraciones a la prensa se muestra como un personaje quejumbroso. Posteriormente al incidente relatado, apareció su biografía del grupo nacional Los Tres, que terminó siendo desautorizada por los rockeros, pese a que ellos le habían solicitado el trabajo a Symns. El periodista argentino después expresó su extrañeza y se refirió a ciertas vulneraciones de contrato como los "derechos de autor", etc...)

¹⁰⁰ En sus inicios, a comienzos de los '90, el suplemento incluía ciertos contenidos literarios y reportajes de una irreverencia ingeniosa que después, ya desde la segunda mitad de la década, decaería en el tratamiento obstinado y reiterativo de contenidos light, triviales y destinados a un público adolescente, consumista y acrítico. (Opinión del autor de esta tesis).

afiliación política. Es por eso, sin tomar partido¹⁰⁴ ni por acusadores ni acusados, que decidimos reproducir ciertas declaraciones de la publicación de Zona de Contacto.

I.- Como ya señalamos, la primera entrevista publicada es la con el periodista argentino Symns. A pesar de que su periplo personal se ha visto truncado, descartado de la redacción de The Clinic, omitiremos sus querellas. En cambio, nos interesa resaltar lo revelador de sus expresiones como cuando señala que el periódico se estructuró en su comienzo como una sociedad *de facto*, en la que, además, no trabajaban periodistas¹⁰⁵.

Pero es en las líneas siguientes en donde encontramos aseveraciones llamativas:

"(...)yo inventé la revista, inventé todos los suplementos, lo que además me dejó sin trabajo en casi todos los medios, porque acá (en Chile) no hay humor. Yo jamás quise luchar contra los medios".

Además de sindicarse como el "inventor" de The Clinic, es necesario fijarse en una aseveración no menor, sobretodo si proviene de un periodista extranjero y asociado con un planteamiento contracultural en la prensa de su país: *"(en Chile) no hay humor"*.

Posteriormente, el periodista se refiere a aspectos del contenido de la publicación nacional:

"firme junto al pueblo", esquía en Portillo, actividad que el sentido común asocia a una diversión reservada a integrantes de sectores pudientes del país.

¹⁰⁴ (Sin embargo, a nuestro juicio, Symns, por medio de sus declaraciones nos aparece como personaje permeable y plañidero. Registramos, como ejemplo:

- a) *"Cuando dejo la revista, llego a un grado de pobreza absoluta, no tengo ni que comer, me echan de mi departamento. El que me compra comida es (el escritor Pablo) Azocar y (Patricio) Fernández sabe todo esto y me da la patada".*
- b) *"El día que entré en crisis, les pedí (se refiere a la Dirección de The Clinic) \$3 millones y les dije que si no me los daban haría una huelga de hambre y me encadenaría a la redacción".*

"Debo confesar que como no había dinero al principio, tuve que hacer algunos trucos literarios de ficción e inventarlo todo con el consentimiento de Patricio Fernández. Si querés te puedo dar un ejemplo de cómo se hace esa revista. Para un dossier sobre los militares no había material. Entonces le dije a Pato que si quería yo podía inventar todo, y lo hice. (...) Casi todo desde el número 5 en adelante es mentira. (...) Inventé entrevistas a Walter Benjamin, Noam Chomsky, todo lo inventé. Todas las citas de Nietzsche y Freud son inventos míos. Hasta frases de Pinochet he inventado (...) Yo acepto ser acusado de inventar las entrevistas, pero el editor siempre estuvo en conocimiento de todo". (Los subrayados son nuestros).

Si bien las declaraciones pueden resultar un tanto altisonantes, indican características fundamentales que conforman la esencia de los primeros años de The Clinic y cuya impronta en algo permanece hoy. Nos referimos al uso manipulado de la ficción para abordar temáticas de un modo que se supondría objetivo, al atribuir referencias falsas a personajes reales, al redactar entrevistas artificiales, etc. Si hay una palabra clave que englobaría estos procesos es, creemos: inventar.

Finalmente, Symns expresa que la sociedad de The Clinic está constituida por *"Patricio Fernández, Pablo Dittborn (editor de Ediciones B), Mario Lobos, un millonario, y el señor Ministro del Trabajo, Ricardo Solari"*. De entre los mencionados, el que generará posteriores declaraciones será Solari¹⁰⁶. Dado que el periódico The Clinic se habría mostrado ante la opinión pública como un medio "independiente", capaz de criticar con acidez a moros y cristianos, de la postura partidista que fuera, eso resultaba cuando menos sospechoso: coartaba la supuesta independencia del periódico, supeditándola necesariamente a tal antecedente financiero. Para Symns se trataba de un punto por el que se veía menoscabado su profesionalismo:

¹⁰⁵ (Salvo Symns y Guillermo Hidalgo, actual editor)

¹⁰⁶ Según comenta la redacción de Zona de Contacto, el Ministro Solari negó la imputación de pertenecer a la sociedad de The Clinic en el diario La Segunda del 5 de octubre de 2001.

(...)Fue un fraude ideológico, porque yo nunca hubiera trabajado para el gobierno. Me engañaron y lo confirmé todo cuando vi la entrevista que le hicieron a Ricardo Lagos¹⁰⁷, que es la más servil que he leído últimamente".

II.- El reportaje de Zona de Contacto prosigue con la intervención del cineasta Marco Enríquez - Ominami. Hijo del muerto líder del MIR Miguel Enríquez, su padrastro es el senador Carlos Ominami y su madre, Manuela Gumucio, fue Productor Ejecutivo en los primeros años de The Clinic:

"El proyecto nació en agosto de 1998, como parte de las estrategias comunicacionales de Ricardo Lagos. A través de mi productora¹⁰⁸ -TV Corp- se pensó en la falta de medios libres en Chile y en lo necesario que era idear uno antes de las primarias de la Concertación. (...) La revista era una de entre siete patas que tenía el proyecto comunicacional de la campaña.

Después se integró Guillermo Tejeda, que fue quien inventó el nombre de The Clinic. Inicialmente el formato era muy parecido al de ahora, pero clandestino. (...) Se imprimían 40.000 ejemplares al mes¹⁰⁹ y se repartían gratis entre jóvenes, en universidades y a líderes de opinión. La esencia de la revista es que hay cosas que los candidatos no pueden decir, pero que dicho por otros sale mejor. Pato Fernández fue uno de los que se quedó para la ofensiva final de la campaña. Trabajaba para Lagos, por supuesto".
(los subrayados son nuestros)

Además de corroborar la alianza política del periódico con la actual administración, Enríquez apunta a algo fundamental al señalar la necesidad de crear "medios libres" en el país. También es cierto, que el contexto de este requerimiento no es baladí: se trata de un período electoral presidencial, por lo que esta "libertad" mediática habría de ser posiblemente ocupada con fines propagandísticos.

¹⁰⁷ Incluida en la Edición conmemorativa del N° 50.

¹⁰⁸ El co- fundador Roberto Brodski aclara este punto en entrevista con autor de esta Tesis, incluida en anexo n° 3.

¹⁰⁹ P. Fernández señaló que se trataba de 20.000 ejemplares.

A pesar de lo anterior, el hombre va más lejos y señala por otra parte que el humor usado en esos primeros tiempos era importante, pero que posteriormente decaería al utilizar, entre otros, recursos meramente peyorativos contra políticos nacionales¹¹⁰. Con ello, el medio se habría vuelto -según su opinión- *inofensivo*. "*Sé que Ricardo Lagos la lee, justamente porque es inofensiva. Nadie en el gobierno odia a The Clinic. En general, nadie odia a The Clinic, ni siquiera la derecha de este país*", señaló en el suplemento de El Mercurio.

Por último, Marco Enríquez - Ominami afirma que no le cabe "*ninguna duda*" de que Solari es socio de la publicación y agrega saber de más políticos financiándola con algunos recursos, pese a reconocer que "*estoy seguro que con su tiraje actual The Clinic se financia*".

III.- Tras la entrevista con Pablo Azocar -que omitimos de este informe por remitir más que nada al tema puntual Symns v/s The Clinic y no aportar mayormente a una historiografía de la publicación quincenal-, la edición de El Mercurio brinda tribuna a Patricio Fernández (como antecedente descriptivo hemos de dejar planteado que el director de The Clinic no se muestra reticente a responder, pero sí en ciertos momentos manifiesta irritación¹¹¹ ante las acusaciones que pueden inferirse de las preguntas que se efectúan).

Con respecto a la autoría intelectual del medio, Fernández se muestra contrario a lo afirmado por Symns y le niega la autoridad que se atribuye. En efecto "*que él diga que la mitad de las ideas de The Clinic son de él es un insulto*".

¹¹⁰ (Su ejemplo fue el siguiente recurso empleado por el periódico en el N° 13 (año 2, 16-12-1999), que planteaba la proposición: "*Longueira la tiene corteira*")

¹¹¹ Nos referimos, particularmente, a la siguiente recriminación que dirige en contra de los redactores de Zona de Contacto: "*¡Yo no sé si ustedes son de las juventudes de la UDI o seguidores del cura Medina, pero que ustedes vengan y nos enjuicien a nosotros por este tipo de cosas es, por decir lo menos, paradójico*". (La incriminativa relación con la UDI y el cura Medina no es gratuita: la UDI, Medina, El Mercurio y Canal 13 representan para The Clinic un conservadurismo castrador, restrictivo, autoritario y retrógrado, por lo que no se pierde oportunidad de degradarlo y satirizarlo).

Sobre el tema de las subvenciones que recibirían de sectores políticos, Fernández plantea que *"hoy día no necesitamos financiamiento, nadie nos bombea ni del gobierno ni de ninguna parte. Ponemos lo que queremos, aquí nunca se ha censurado a nadie, jamás"*. Dos planteamientos suscitan comentarios:

- a) Que al declararse que *"hoy día no necesitamos financiamiento"*, no se está negando que The Clinic sí lo hayan recibido alguna vez.
- b) Que una lógica periodística elemental remite siempre a la existencia de una cierta expurgación de contenidos por lo que al decirse que *"aquí (The Clinic) nunca se ha censurado a nadie, jamás"*, puede suponerse cierta autocomplacencia.

Fernández se refiere también a las ficciones recreadas por Symns. En torno de ello, confiesa su acuerdo con tales tácticas iniciales, pero precisando que *"yo no me acuerdo totalmente a cuáles cosas di el consentimiento y a cuales no. He dado el consentimiento para una cantidad enorme de estupideces (...) Si es que hubo mentiras, y ahora no me acuerdo en qué pueden ser, tenían que ver con una especie de ficción literaria (...) y a nosotros nos parecía divertido"*.

Acto seguido, aclara que tales usos serán aminorados importantemente. En efecto, en ese reportaje de finales del 2001, anuncia una estrategia que pueden comprobar los lectores del periódico posteriores a tal fecha: el incremento de artículos analíticos, interpretativos y reportajes de investigación basados en hechos reales:

*"El diario ha tenido un giro (...) Ahora no hay nada que sea inventado, jamás. O sea, excepto el humor.
(...) Nosotros en The Clinic hemos ido aprendiendo paso a paso: ninguno de nosotros había fundado diarios, yo no soy periodista, he aprendido esto con el diario"*.

Tras reconocer las flaquezas en las tentativas inaugurales del medio que dirige, Fernández abandona cualquier componenda: el fantasma del "Enemigo" que ataca resurge. Increpa, pues, a sus entrevistadores, en tanto representantes de la cadena de los Edwards, esos mismos cuyo diario principal The Clinic ha motejado como "El Mercurio":

"Lo que a mí me parece doloroso y raro, es que de repente haya tipos (Symns, Azocar) que por problemas que hayan tenido acá adentro (The Clinic), conmigo o con otros, se dediquen a aportillar este diario (sic...) dándole maní precisamente a esos a los que atacaron (El Mercurio), para que nos hagan la cama. Que él (Symns) llame y hable a El Mercurio en contra de The Clinic lo encuentro, por decir lo menos, paradójico".

Pero para El Mercurio el tema permitía lecturas anexas. Por ello, se organizó un foro en el portal web EMOL.COM, de la cadena periodística de los Edwards instando a los participantes a enjuiciar sobre:

"¿Qué opina de la polémica situación del diario The Clinic?"

Dos consecuencias importantes se derivaron, a nuestro juicio, de tal emplazamiento:

- 1) Que el debate incluyó observaciones sobre la libertad de expresión y de prensa y del tratamiento periodístico de la información.
- 2) Que, tal vez sin proponérselo, al Mercurio le salió el tiro por la culata: amparados por la intimidad opinativa que permite Internet muchos participantes del foro se volcaron en contra de "El Decano".

Una selección de los resultados del mencionado foro está contenida en el anexo Nº 3 de este trabajo.

3. 3.- The Clinic hoy: notas sobre su actual reinserción.-

Baste decir, finalmente que ni Symns ni Azócar han vuelto a publicar en The Clinic. El hecho es puntual. Sin embargo, también es cierto que a partir de esos meses el periódico cambió: se hizo más periodístico, más centrado en la investigación y en el análisis de lo real, abandonando bastante sus incursiones en lo azaroso y literario.

Sobre el contexto funcional de tales modificaciones sirva la siguiente declaración de Roberto Brodsky, columnista y co-fundador de The Clinic¹¹²:

"The Clinic se ha posicionado hoy como un periódico completamente válido, de lectura complementaria al resto de la prensa. (...) The Clinic es lectura complementaria: la gente no lo compra para informarse, lo hace para saber a quien hay que tomarle el pelo, a quien hay que pelar, quien se está cayendo como avión a pique. La gente compra The Clinic pa' pelar, pa güevear. Y eso esta muy bien.

(...) The Clinic no es un diario común y corriente es un producto raro, una rareza, que responde a la rareza de todo lo que ha pasado. ¿Por qué nos vamos a plantear ante esa rareza con seriedad, circunspección o mesianismo? ¿Por qué? ¡Quién se va a creer eso!

La ciudadanía le ha dado hoy legitimidad a The Clinic. Se la dio el lector y no los otros medios o el poder. Esa legitimidad es un signo de buena salud.

Además, The Clinic, aparte de su legitimidad, se vende. ¡Y eso es maravilloso! ¡La gente compra The Clinic!" (los subrayados son nuestros).

Según Roberto Brodsky hoy The Clinic vende cerca de 55 mil ejemplares.

Para el 2002 se ha advertido esta paridad que hemos referido: la presencia del humorismo y una mayor ambición en las investigaciones. A nivel de

¹¹² (Brodsky en entrevista con el tesista. Ver texto completo en anexo N° 2)

diagramación, también puede advertirse mayor rigurosidad: en efecto, el contenido de las páginas obedece a una mayor verticalidad y una disminución de fragmentos y rupturas abruptas.

El humor, repetimos, está presente. Sin embargo, está más matizado y las alusiones son más indirectas, más sugerentes por tanto. Los espacios de humor incluso presentan una sección con contenidos provenientes del exterior, denominada "*Patio Trasero (tintalatinoamericana)*".

Por lo general, todo en el periódico se fue transformando en un producto más cuidado, refinado incluso.

A nivel de temáticas, estas se han alejado de usanzas anteriores en gran medida abocadas sólo a asuntos políticos, para aproximarse a la contingencia en tanto pluralidad de convocatorias. De hecho, materias variadas como el fútbol, la magia negra, el espectáculo, los reclamos de pueblos originarios, etc., han desfilado por las páginas del 2.002.

Una sección aparecida en 2002, que ha sido muy comentada por los lectores por medio de Cartas al Director, sin nombre, está abocada a la investigación de diferentes poblados del país, llamativos por alguna singularidad más o menos recóndita. Algunos de sus (polémicos) titulares han sido: "Rengo: La Ciudad de los Cahuines" y "Graneros: La Capital del Copete", entre otros.

Durante el presente año no se han registrado controversias públicas de importancia protagonizadas por integrantes del periódico, el que ha conformado una lista más o menos estable de colaboradores.

En 2002 el director de The Clinic se desempeñó como panelista del programa "El Termómetro" de Chilevisión.

En tal año The Clinic organizó -como ya lo había hecho- una fonda para Fiestas Patrias -con entrada de venta pública- llamada "The Fonda. ...*firme junto al ebrio*". Se realizó en el Teatro Novedades, en el Barrio Brasil.

Por otra parte, en Octubre se pone en venta (compra optativa por \$3.500) junto al periódico el disco "Vale Callampa" del grupo mexicano "Café Tacuba", grabación de homenaje al grupo chileno Los Tres.

El mismo mes, en el marco de la Feria Internacional del Libro de Santiago, se puso a la venta "The Clinic. El Libro (lo mejor del humor de The Clinic)", una compilación en tapa dura de tentativas de corte humorístico aparecidas durante los 4 años del periódico.

Eso, hasta finales del mes de noviembre de 2002.

Sirva, como conclusión informativa de los contenidos de este medio un catastro con todas las denominaciones y períodos de los suplementos publicados por el periódico, que puede demostrar de buena forma la intencionalidad paródica que le ha caracterizado en sus 4 años de historia:

Baste decir que siguiendo una usanza periodística ya consagrada en nuestro país, The Clinic incluye, a partir de su novena edición y a partir de ahí en forma continua, un suplemento. Tal cuerpo aparece anunciado, mediante la exhortación "Exija su suplemento "....."; sin embargo, el lector no debe "Exigirlo" pues viene al interior del periódico.

Cada suplemento aborda un tema que será tratado mediante reportajes, artículos, entrevistas, etc. El asunto no está supeditado a la contingencia y aborda

contenidos diversos, como, por ejemplo, "El Odio", "La Marihuana", "Lavín", "El Cura Medina", etc.

Su particularidad radica en que sus nombres parodian de manera agresiva, a menudo coprolática, las denominaciones de medios, principalmente periodísticos, publicados en nuestro país, de fácil reconocimiento público, y, la mayor parte de las veces, pertenecientes a conglomerados económicos asociados con la derecha política del país.

A continuación, el registro de suplementos publicados hasta la fecha, según su orden de aparición, un proceso que se inicia en el N° 9 (14 de octubre de 1999) y que persistió durante el presente año 2000:

Nombre Suplemento The Clinic	Nombre publicación parodiada
El Mercurio (The Clinic Dossier)	El Mercurio
El Metroporelano	El Metropolitano
Que Paja	Que Pasa
La Sorrunda	La Segunda
Artes y Tetás	Artes y Letras
Zorra de Contagio	Zona de Contacto
The Cinic	The Clinic
Cosas Caras	Cosas y Caras
Recortajes	Reportajes (El Mercurio)
Por Este	Noreste
El Mercurio ¹¹³	El Mercurio

¹¹³ Esta segunda entrega de "El Mercurio" registró como subtítulo en su número de reaparición (The Clinic N° 84): "Volvió para quedarse".

CAPÍTULO 4

ANÁLISIS DE CONTENIDO

(ASPECTOS TEÓRICOS)

4. 1.- Antecedentes generales.-

"En gran parte, el análisis de contenido se puede caracterizar como un juego en que el analista trata de conjeturar que es lo que le oculta su contrincante; y para obtener un mejor resultado que si se dejase guiar por el azar, conviene que confíe en cualquier información que dicho contrincante pueda eventualmente revelar sobre si mismo"

(Klaus Krippendorff,
teórico de análisis de contenido)

Indica Teun A. Van Dijk -profesor del Programa de Análisis del Discurso de la Universidad de Amsterdam- que son las múltiples informaciones que recibimos a través de los medios de comunicación de masas las que nos brindan *"la mayor parte de nuestro conocimiento social y político, así como nuestras creencias sobre el mundo¹¹⁴"*. Sobre el particular, el autor conjetura que la recepción noticiosa está caracterizada por una frecuencia tan alta y una masividad tal que ninguna otra práctica discursiva puede comparársele a no ser únicamente por la conversación.

Por tal razón es que subraya la necesidad de practicar un consciente **análisis crítico del discurso desplegado en los medios de comunicación masiva, el que debe sustentarse en los elementos que se exhiben en aquellos, pero también y particularmente sobre factores implícitos,** que escapan a cualquier recepción pasiva de los mensajes, inercia a la que, a menudo, se ven expuestos los lectores, que

no pueden captar los tejidos ocultos y los matices subrepticios de la comunicación que puede presentarse como meramente noticiosa.

Esta postura analítica, presenta algunos aspectos globales que reseñamos:

"Para definirlo en forma sucinta, el análisis (crítico) de discurso se distingue del análisis clásico de contenido por centrar su atención en las unidades textuales específicas de contenido teórico y en sus estructuras; su interés especial en subrayar las estructuras semánticas y los detalles sutiles gramaticales, estilísticos o retóricos y por su énfasis general en un acercamiento cualitativo en lugar de una metodología cuantitativa mas superficial y debido también a la interpretación crítica de las estructuras textuales en el contexto sociopolítico e ideológico¹¹⁵.

El estudio de A. van Dijk - "Racismo y Análisis Crítico de Medios"- sobre el que basamos estos contenidos, se aboca al análisis de algunos diarios británicos y trata de desmenuzar de que manera difunden un discurso explícito y/o implícito de carácter racista. Por medio de su lectura, puede desprenderse que en varias propuestas noticiosas o interpretativas de estos medios, el racismo está presente por medio de diversas tácticas, como determinada ubicación textual de la información, el empleo de ciertas adjetivaciones, el orden sintáctico de párrafos, etc.

Extrapolando estas observaciones, el tratadista propone ciertas conclusiones *globales*, aplicables por extensión al sistema mediático *predominante*:

A. Los medios de comunicación masiva son cruciales a la hora de *reproducir* la hegemonía y la dominación, basados en "consensos" estructurados ideológicamente.

¹¹⁴ A. van Dijk Teun, "Racismo y análisis crítico de los medios", Ediciones Paidós Ibérica S. A., Barcelona, España, 1997. Pág. 29.

¹¹⁵ Idem, pág. 177.

- B. Pese a que ejercen una cierta labor crítica a las instituciones que detentan el poder, los medios se abocan a aspectos superficiales, realizando una crítica sólo *marginal* que no cuestiona los fundamentos de la legitimidad de dichas instituciones¹¹⁶.
- C. Existe una permanente tendencia mediática a exaltar el discurso proveniente de fuentes que ostentan poder, en perjuicio de voces no oficiales. Esta proclividad tiene poderosísimas implicancias en la diseminación de los contenidos que resultan productivos para las elites dominantes, además de legitimar a esos hablantes como voces *creíbles*, al estar rodeadas de respaldo mediático. Al mismo tiempo, voces críticas *-menos poderosas-* no logran repercusión, se ven minimizadas y confinadas a espacios restringidos, en donde su postura alcanza reducida repercusión¹¹⁷.
- D. Existen ciertos espacios que pueden contener una postura un tanto más crítica hacia personeros de (o a las mismas) instituciones del poder, como puede serlo la sección de "Cartas al Director". Sin embargo, como es sabido, los medios tienden a circunscribir dichos discursos a la "exclusiva responsabilidad de sus autores" (omitiendo toda incumbencia en el hecho de que las cartas publicadas han sorteado una selección hecha frecuentemente con criterios estratégicos).

¹¹⁶ El fundamento de esta salvedad crítica se halla en el fundamento mismo de los medios de prensa, los que necesitan de interlocutores, muchos de los cuales están en las esferas de poder. Sobre el particular, considérese que "(...) *las elites se convierten en la mayor fuente y protagonistas principales de las noticias, lo que significa que para su información diaria los periodistas raramente necesitan cortar sus ataduras con tales instituciones*" (op. cit., pág. 57).

Con respecto a The Clinic, una cierta distinción sobre lo anterior puede atribuírsele:

- A) Es periódico y no se ve dirigido por las rutinas de la información diaria.
 B) No requiere, en estricto rigor, de fuentes vivas para la difusión de su particular forma de ver la "noticia", ficticia en gran parte.

¹¹⁷ Considérese la siguiente expresión del autor:

"A menudo los protagonistas de las noticias son los que ostentan el poder, se les cita más a menudo, aparecen con mayor frecuencia en los titulares (...) Lo contrario sucede con los menos poderosos. Sus experiencias, sus versiones de un hecho en particular, su ideología opuesta y su credibilidad tienden a ser menos prominentes, y a marginarse o, simplemente, ignorarse. Las partículas textuales de duda y distancia acompañan a menudo sus versiones de un suceso y a menudo ni siquiera se cita" (op.cit., pags, 58 y 59). El subrayado es nuestro.

Por añadidura, existen elementos presentes en el discurso periodístico - principalmente, el noticioso- que están cargados de significados, connotaciones, etc. Estos componentes tienen también una implicancia directa en la repercusión de diversos mensajes, que justifican ciertas posturas y desacreditan otras. En juego, nuevamente, se encuentran la legitimación del poder versus enfoques críticos.

Todo discurso ha de ser local y globalmente *coherente*, sostiene Van Dijk; es decir, además de que las frases deben unirse en una secuencia significativa, todo texto debe poseer una cohesión semántica.

"La coherencia global la describe aquello que todos conocemos intuitivamente como temas. Los temas conforman el sumario conceptual del texto y especifican su información más importante. En términos teóricos se pueden describir dichos temas como macroproposiciones semánticas, es decir como proposiciones que se derivan de secuencias de proposiciones en el texto (...) el conjunto jerárquico de temas o de macroproposiciones conforma la estructura temática del texto" (Op. cit. 33, el subrayado y las negritas son nuestros).

Ahora bien, dada la unidad temática de todo texto, a la hora de analizar su discurso, Van Dijk subraya la necesidad de fijarse en las *implicaciones* que pueden colegirse en sus proposiciones. En efecto *"gran parte de la información en un texto no se expresa de forma explícita, sino que se realiza de manera implícita. Las palabras, oraciones y otras expresiones textuales pueden implicar conceptos o proposiciones que pueden inferirse basándose en un conocimiento a priori"*¹¹⁸

Existen, además, otro tipo de implicaciones que pueden deducirse en un escrito, relacionadas con el propósito del medio comunicacional por desacreditar calculadamente a otro sujeto discursivo.

¹¹⁸ Op. cit., pág. 34, subrayado nuestro.

"Muchas implicaciones ideológicas suceden, no sólo porque se dice muy poco, sino también por el exceso de irrelevancias que se comentan sobre los protagonistas de las noticias"¹¹⁹.

Este tema de la *coherencia*, es abordado también por el español Jorge Lozano, quien en su texto "Análisis del Discurso" postula que en todo texto existe un *marco* "cuya identificación permite su interpretación"¹²⁰. Al respecto, ejemplifica con un noticiario televisivo en el cual son mostrados una sucesión de acontecimientos separados y que no guardan forzosamente relación entre sí. Observa Lozano que al ser hechos *de actualidad*, ocurridos recientemente y cuya información se considera relevante para los espectadores desde algún punto de vista, permite que el televidente los reciba de modo *coherente*, inscritos en el *marco de la actualidad*.

Volviendo con Van Dijk, éste propone una serie de preguntas básicas para abordar una análisis de tipo crítico de textos informativos¹²¹. A continuación, las preguntas propuestas por Van Dijk, cada una de las cuales "*presupone la variación, elección y decisión en muchos niveles del análisis textual y, a su vez, cada elección presupone creencias, opiniones, actitudes e ideologías*"¹²².

1. *¿Quiénes son los actores (protagonistas y secundarios) de las noticias?*
2. *¿Quiénes los actores activos (agentes) y quienes los participantes pasivos (pacientes)?*
3. *¿Qué acciones se describen, se subrayan o se ignoran?*
4. *¿Qué fuentes se citan y como se legitimizan?*
5. *¿A quién se cita (o no) y con qué formulación estilística?*

¹¹⁹ Idem.

¹²⁰ Lozano, Jorge, "Análisis del Discurso", Ediciones Cátedra, Madrid, España, 1989 (tercera edición). Pág. 145.

¹²¹ (Esta noción de "informativo", se comprende, se circunscribe a la narración noticiosa, pero para efectos de nuestro análisis se extenderá a otras representaciones periodísticas, dado que las preguntas del modelo analítico de Van Dijk también pueden aplicarse en otros casos, ya no meramente informativos).

¹²² A. van Dijk Teun, "Racismo y análisis crítico de los medios", Ediciones Paidós Ibérica S. A., Barcelona, España, 1997. Pág. 61.

Existen otros elementos que deben pensarse a la hora de plantear un análisis de discurso. Estos se encuentran presentes en *aspectos formales* de la difusión realizada en el medio. Entre otros, remiten a:

I°.- La Presentación:

Plantea Van Dijk que como estrategia usual, los medios de comunicación de masas tienden a privilegiar la presentación de los actores más notables y sus actividades de forma más prominente. Es decir, en el caso arquetipo de tratarse de personeros realmente destacados, se les ubica:

- i) En la portada,
- ii) En la parte superior de la página de portada,
- iii) En titulares.

Se pregunta el autor, de que manera son representados tales actores. De los hechos y/o dichos con que se les evidencia ¿puede inferirse una legitimización o una crítica?

II°.- El Estilo:

De la redacción de notas periodísticas pueden extraerse elementos legitimadores de actores determinados, si se efectúa sobre el texto un análisis de aspectos como la sintaxis. Plantea Van Dijk, citando a Pierre Bourdieu, que esta legitimación adopta la sutileza, por ejemplo, de que si la nota o la presentación de los actores representa una sintaxis compleja con ello se puede expresar el poder en un nivel simbólico.

Retomando el postulado del apartado anterior, Van Dijk repara en otro hecho expresivo que tiende a la *reproducción del discurso de los agentes del poder*, relacionado con el orden sintáctico de los sujetos accionarios en frases u oraciones. Señala en este sentido que:

"(..) los actores con poder, como las autoridades, tienden a aparecer como primer sujeto (y agente semántico), especialmente cuando ejecutan una acción neutral o positiva. Como agentes de acciones negativas se les tiende a situar en

una construcción pasiva o simplemente de modo implícito, mientras que lo contrario es cierto para los no dominantes¹²³
(los subrayados son nuestros).

III°.- La Semántica:

Con respecto al tema, señala el autor la existencia de tácticas por las que se invita al lector a extraer inferencias relevantes, implicaciones de uso indirecto (como la alusión, la asociación y la sugerencia) pero sin expresárselo de modo explícito. Lo importante de tal estrategia radica no en el hecho sutil de disimular algo, sino en que debe haber alguna razón "porqué" se ocultan esas propuestas.

IV°.- La Recepción:

Van Dijk apuesta de que este es un punto de considerable importancia a la hora de que los comités editoriales (o propietarios) de un medio establezcan que temáticas tratarán y de que forma. Después de todo, el grado de recepción de los lectores establece en gran medida la eficacia comunicativa del medio.

En síntesis, los medios no pueden darse el lujo de publicar textos sin asidero en las necesidades o gustos del público. En efecto, *"dada la competitividad en el mercado mediático, los lectores disponen cuando menos de algún poder, por ejemplo en términos de su relativa libertad para elegir un periódico: sus intereses, por lo tanto, influyen hasta cierto punto en la política editorial"*¹²⁴.

¹²³ Op. cit, págs. 62, 63.

¹²⁴ Op. cit, pág 66.

(Cabe hacer notar aquí que publicaciones como The Clinic suscitan una tendencia importante a la generación de partidarios y detractores. Por otra parte, en su sección de "Cartas al Director" encontramos muchas de las temáticas que después Patricio Fernández analizará en los editoriales, además del enfoque que se da a ciertos temas).

4. 2.- Antecedentes teóricos para un análisis de portadas.-

Ahora es preciso abordar cierta teoría en torno de las propuestas de la imagen, con el fin de prelude a un análisis de las portadas de The Clinic.

Lorenzo Vilches, indica¹²⁵ que toda imagen tiene autonomía, por lo que "*en general, puede ser legible y comprensible, sin necesidad de una leyenda o texto escrito, cuya función es contextualizadora*". Nuestro objeto estudiado, las imágenes de la portada de The Clinic, se perfila en un sentido inverso. Sus ilustraciones requieren de una leyenda, de un contexto, para lograr el efecto opinativo ideológicamente propuesto por el periódico pues las imágenes de la portada no informan, no buscan informar en estricto sentido periodístico, pues o bien el tema más importante de la portada ya ha sucedido y la mayoría de los lectores ya están informados de él, o, en el caso del empleo de tácticas como el trucaje de la imagen, se busca contextualizar, interpretar y opinar sobre un hecho: casi nunca informar sobre él, repetimos.

¿De que manera se realiza la asociación entre una fotografía de prensa y su(s) leyenda(s)? Plantea Vilches:

"(...)De la relación entre el texto escrito y la foto, sólo el "lead" y el cuerpo informativo como tal tienen autonomía. Por el contrario, tanto los pies de foto como los títulos y subtítulos (caso de macrotópicos discursivos) no tienen ninguna autonomía significativa¹²⁶".

¹²⁵ Vilches, Lorenzo, "La Lectura de la Imagen. Prensa, Cine, Televisión", Ediciones Paidós Ibérica S.A., 1984, Barcelona, España. Pág. 190.

¹²⁶ Op. cit. págs. 191.

Refiere Vilches la existencia de varios tipos de leyenda de la foto de prensa, entre ellas, la leyenda *amplificadora*, tal como la que, planteamos, podríamos advertir en las portadas de The Clinic.

"La leyenda amplificadora se define como un texto donde no se expone ni se cuenta nada, sino que salta sobre el acontecimiento para exponer una nueva forma de ver. Esta lectura combina sus propias connotaciones con las de la foto, y produce una nueva imagen en el espectador, que no se halla ni en la foto ni en el texto, sino solo en la relación entre ambos. Este tipo de leyenda podríamos también llamarla retórica, porque con frecuencia introduce el toque de humor (a través de asociaciones o juegos de palabras) en el medio particularmente serio y hasta trágico de la información diaria¹²⁷". (Los subrayados son nuestros).

Por otra parte, si bien las fotografías de prensa han de ser de fácil lectura para el receptor "típico" de la prensa escrita, debemos considerar que el público no está acostumbrado a "leer" una fotografía periodística. Esta labor requiere de una cierta desenvoltura mental, de un cierto adiestramiento (esperable, entre otros, de los profesionales de prensa), del que puede conjeturarse carece un "lector común". Recuérdese que no pocas veces, el mensaje periodístico reviste una doble intencionalidad (nuestro objeto de estudio, The Clinic, tampoco escapa a tal norma).

Al respecto, indica Vilches que la foto periodística, ni siquiera está necesariamente referida a una persona o cosa de la cual se habla: tal no es en muchos casos el verdadero referente comunicativo, sino una representación de lo enunciado.

Para explicar esta idea recurre al ejemplo de una foto periodística publicada en España que muestra al Ministro del Interior de ese país a cuyas espaldas se ven puestas, una al lado de otra, armas que habrían sido confiscadas a ETA. Reflexiona el autor que: el armamento no se muestra en poder de ETA, sino que está distribuido

¹²⁷ Idem, pág. 195.

"como si fueran trofeos de guerra"; que es imposible para el lector "comprobar" si el armamento es *realmente* ETA; y que ni siquiera la presencia del Ministro brinda certeza alguna.

¿Que inferencia, relacionada fundamentalmente con el tema de la imagen periodística, deduce? La fundamental es que la "credibilidad" se daría por "la particular relación comunicativa que se da fuera del texto", sustentada en este caso en que:

- 1) Se presume que el Ministro no mentiría a los reporteros de la noticia, y, por ende, a eventuales lectores.
- 2) Existe una convención tácita entre el lector y el diario de que este último "informa" y "dice la verdad".

Volviendo a nuestro punto de estudio ¿qué validez tienen deducciones como las anteriores en las portadas de un periódico como The Clinic? A primera vista, ninguna. Sin embargo, pueden intuirse relaciones abocándose principalmente al asunto de la INTENCIONALIDAD. En efecto, si se da por supuesto que aquellas portadas casi no informan, no es menos cierto que sus proposiciones tienen una voluntad tan o más cargadas de insidia que las que se podrían suponer en las tácticas de una prensa ideológicamente clara, pero subrepticia en lo que muestra formalmente. Nuestra hipótesis (en este sentido) apunta a que las portadas de la prensa usual de nuestro país (fundamentalmente la de los Consorcios El Mercurio Y Copesa) transmiten de un modo solapado datos de fuerte contenido ideológico, estrategia que en el caso de The Clinic adopta un tono más evidente DE ALUSIONES Y MENSAJES CUYO DESTINATARIO ES DIRECTA Y EVIDENTEMENTE RECONOCIDO POR LOS LECTORES.

Por otra parte, un primer acercamiento formal al periódico The Clinic nos permite advertir algunas características que le otorgan un perfil distintivo. En este sentido se puede reseñar:

- 1) Que la "información" anunciada en la portada, a diferencia de lo que ocurre en el caso de la prensa escrita tradicional, no ocupa un sitio preponderante al interior del periódico y a veces, incluso, se aborda de modo tangencial. Conjeturamos que tal uso apuntaría a una estrategia de venta, al presentar "elementos atractivos" como gancho, los que no necesariamente serán abordados¹²⁸.
- 2) Que la portada está estructurada intencionalmente apuntando a una "espectacularización" del hecho noticioso. En cierto sentido, se podría hablar de una pomposa puesta en escena -tal vez en algo comparable a la presentación de un noticiero de TV¹²⁹- constituida por un título (generalmente opinativo), una fotografía principal (generalmente dispuesta para asociarse con el título y generar un efecto irónico) mucho más grande que las usadas en los periódicos tradicionales y una serie de proposiciones anexas que tienden a reforzar la ironía característica de la portada. En resumidas cuentas, a semejanza quizás tan sólo de Las Últimas Noticias y en el presente año de 7 + 7, se privilegia un *macrotema* en portada, mediante una enfatización preponderante, por poco desmesurada.
- 3) Las imágenes y titulares son en blanco y negro, lo que podría apuntar a razones económicas o de búsqueda de una estética distintiva (sin embargo, también es posible suponer que la táctica se encaminaría a mostrar una visión de la realidad descolorida, opaca, en la que las situaciones representadas gráficamente no pretenderían ser un reflejo fiel de lo real).
- 4) Que la denominación del periódico -"The Clinic", el único nombre en inglés de la prensa nacional- al aludir al lugar de detención de Augusto Pinochet en Londres tendría una connotación chocante, al revivir -quizás no con una finalidad del todo permanente- un factor traumático para la mayoría de los

¹²⁸ Tal hipótesis fue confirmada en entrevista realizada a Roberto Brodsky, miembro redactor de The Clinic. Ver Anexo N° 2.

¹²⁹ Esta espectacularización de contenidos puede originarse, entre otros factores, en el hecho de que algunos colaboradores del periódico (Alvaro Díaz, Pedro Peirano, Rafael Gumucio, Angel Carcavilla, entre otros) trabajaron en el desaparecido Canal Rock and Pop. Puede, en efecto, verse en The Clinic ciertas reminiscencias de programas como El Factor Humano y Plan Z.

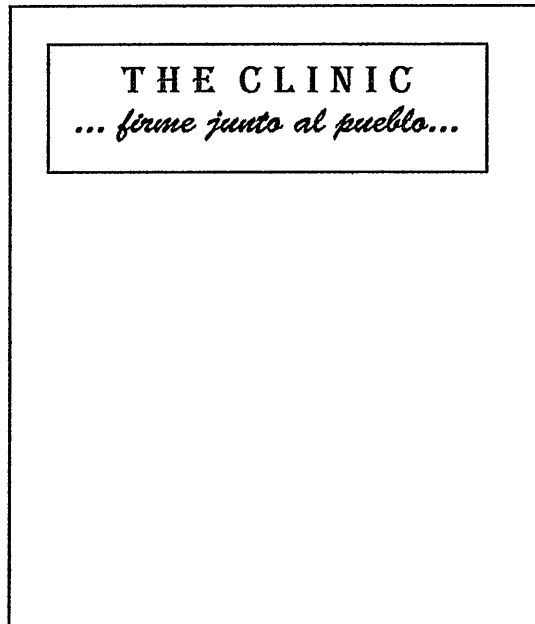
chilenos. Por otra parte, el lema del periódico -"Firme junto al pueblo" (escrito en letra manuscrita, lo que le otorga un carácter comprensiblemente masivo), extraído al pie de la letra de la portada del extinto diario chileno Clarín, estaría abocado -arquetípicamente hablando- a representar una postura en defensa de la mayoría ciudadana, que buscaría expresar lo que esta pensaría de acuerdo con su sentido común. En síntesis: el nombre del periódico, gráficamente destacado, predeterminaría su *carácter* definiéndole con una cierta tendencia a lo contestatario, antecedente que influye en la lectura de titular y fotografía generalmente enfocados al sarcasmo y la denuncia irónica.

- 5) Que a nivel de diagramación, la portada de The Clinic presenta ciertos puntos característicos que le diferencian visualmente de la prensa "tradicional". Sirva, para entenderlo, la siguiente definición:

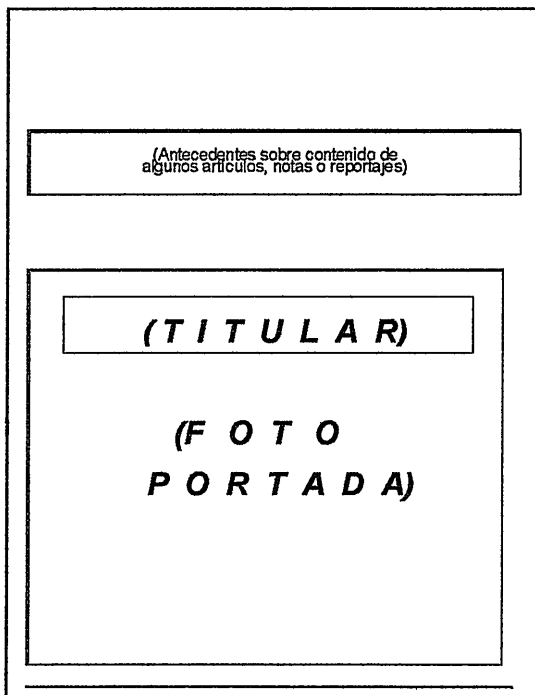
"Desde la perspectiva jerárquica existe una estructura marco que se refiere al conjunto formado por la cabecera del periódico y la página, y que en el plano formal podría denominarse sustancia de la expresión. La estructura inferior estaría formada por las fotos, pie de foto y el texto, que comprende a su vez, título, antetítulo y cuerpo. Ambas estructuras forman el modelo-tipo de expresión formal en una página¹³⁰".

Pues bien, siguiendo tal planteamiento, The Clinic ha presentado a lo largo de su trayectoria una portada más o menos constante. Así, en el período estudiado en esta tesis, observamos:

¹³⁰ "Teoría de la Imagen Periodística", Vilches, Lorenzo, Ediciones Paidós Ibérica S. A., Barcelona, España, 2ª edición, 1993. Pág. 73.



(Sustancia de expresión)



(Expresión Formal)

Establecidos estos parámetros, es necesario abocarse a los espacios otorgados por The Clinic a estos aspectos en la portada. Si bien puede considerarse que la lectura de un periódico es un proceso que puede abordarse de forma aleatoria, también es cierto que **para un eventual lector es la portada aquello con lo que primero se ve enfrentado.** En tal sentido, debe reseñarse que el orden propuesto por un periódico en su portada implica ya una proposición tendiente a ordenar una eventual lectura...

Esta posibilidad de lo azaroso, también incluso concierne a la información misma, pues el lector puede partir por el título, la fotografía, el lead, o como le plazca. A sabiendas de ello, es que los periódicos establecen una posible seducción de lo propuesto mediante énfasis artificiales por medio de recursos como tamaños, posiciones, etc.

Afirma el español Lorenzo Vilches, doctor en Ciencias de la Comunicación: *"Una página de periódico no se lee, en primer lugar, por su contenido, sino por su expresión. (...) Antes del contenido está la forma en que éste se presenta, antes de la foto está el hueco que ocupa"¹³¹.*

Veamos, pues, un esquema que indica tamaños y posiciones de los elementos de la portada de The Clinic:

ANCHO TOTAL PÁGINA: 11,4

Ancho: 9,4

Alto:

3,5

THE CLINIC

... firme junto al pueblo...

Ancho: 9,4

Alto:

1,8

(Antecedentes sobre contenido de algunos artículos, notas o reportajes)

Ancho: 9,4

Alto: 9,3:

(FOTO)

Ancho:

8,5

Alto: 3,8

(TITULAR)

Alto
total
pág:
17,8

Ancho: 9,4

Alto: 2.0 **EXIJA SU SUPLEMENTO: "....(Nombre)..." "....(Tema)..."**

¹³¹ Idem, pág. 55.

En tanto comentario anexo, debemos informar que esa estructura de The Clinic es constante en sus componentes, salvo ligeras excepciones:

- a) No en todos los números se incluye el rectángulo que indica antecedentes sobre contenido de algunos artículos, notas o reportajes; y
- b) A menudo el titular va sobre y en la misma fotografía, sin embargo, a veces ocupa un recuadro aparte situado en su parte superior.

Además, podemos indicar:

- I.- Que la portada, generalmente (salvo cuando rectángulo indicado en a) es suprimido) registra dos fotografías: la principal y otra, mucho más pequeña, relativa a algún contenido.
- II.- Que en la portada se le otorga la mayor importancia a la fotografía, considerando que es el contenido que ocupa la mayor superficie de la página (más del 50%).
- III.- Que la fotografía está posicionada al medio de la página, aunque más cercana a su parte inferior, con lo que puede asemejarse más a un formato de revista que al de prensa informativa usual.
- IV.- Que habitualmente la fotografía está consagrada a un hecho de contingencia (casi exclusivamente y salvo contadas excepciones), nacional y de público y notorio conocimiento.
- V.- Que la fotografía rara vez es la reproducción fiel de un hecho acontecido. Lo más recurrente es el trucaje de fotografías ya existentes mediante procesos como el collage, el montaje, la deformación o la descontextualización. (Esto se relaciona, a nivel de una eventual atribución de sentido, con ciertos atributos de toda imagen como, entre otros, la "polisemia" (una foto puede tener dos o más significados diferentes) y la "sinonimia" (un mismo significado se puede atribuir a dos o más imágenes diferentes)).

VI.-Que, por otra parte, el titular busca un efecto interpretativo mediante recursos como la metáfora (un discurso lleva a otro discurso por semejanza. Ej. "cabellos de oro" por "cabellos dorados como el oro"), pero, principalmente, por metonimia (transferencia semántica que se produce por contigüidad lógica y/o material entre un texto (escrito o visual) y otro texto trasladado. Ej.- "planteamiento de La Moneda" por "planteamiento del gobierno").

VII.-Que la complementación titulo / fotografía se produce por el contraste entre el color del primero (generalmente blanco) con el de la segunda (usualmente enfocada con privilegio del color negro).

Las características mencionadas influyen en la percepción de los lectores, tal como sucede, claro está, también con los formatos del resto de la prensa escrita. Sin embargo, la gran diferencia radicaría en que ésta última trabaja sobre la base de informaciones, a las que los lectores otorgan una cierta credibilidad; The Clinic, en cambio, presenta una portada en la que abunda una cierta ficción que tendría como objeto opinar, interpretar la contingencia.

¿Cómo se puede, pues, analizar la portada de The Clinic si se presupone que su apuesta gráfica y textual se distancia del modo de hacer periodístico tradicional? Más allá del debate de si se está en presencia de una forma periodística o no, nos interesa recalcar que The Clinic postula un modo de ver la realidad que se difunde usando algunos recursos periodísticos. En efecto, la composición de las portadas podrían relacionarse con ciertas tácticas de lo más emblemático de la prensa sensacionalista chilena, lo que sin duda capta en sentido rudimentario (instintivo) el lector.

Lo anterior apunta al hecho fundamental de que para estudiar la portada de The Clinic debe partirse de la inferencia de que gran parte de su contenido no es estrictamente verídico, y que por lo tanto no busca informar, sino que plasmar una

particular concepción, estructurada sobre la base de múltiples proposiciones que, *en conjunto*, representarían lo más llamativo de la *postura ideológica* del periódico.

4. 3.- Aspectos teóricos para un análisis de fotografía de prensa.-

Es en un libro del semiólogo francés Roland Barthes en quien encontramos algunos aspectos definitorios de la fotografía periodística: el volumen se titula "Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces".

Una primera precisión apunta a que la fotografía de prensa conlleva inequívocamente un mensaje. Indica Barthes que el proceso comunicativo de este mensaje comprende una fuente emisora, un canal de transmisión y un medio receptor: la fuente emisora la constituyen los técnicos de la redacción del medio periodístico (*"unos hacen las fotos, otros eligen una en particular, la componen la tratan, y otros, por último, la titulan, le ponen un pie y la comentan"*¹³²), el canal de transmisión es el diario o periódico (vale decir, *"un complejo de mensajes concurrentes que tienen a la fotografía como centro, pero cuyo entorno está constituido por el texto, el titular, el pie de foto, la compaginación y también, de un modo más abstracto pero no menos "informativo", la misma denominación del periódico"*¹³³), y el medio receptor que serían los lectores.

Ahora bien, hablando de la fotografía de prensa ¿podemos pensar que es un mensaje que se ve supeditado al contenido de las palabras que le han de forzosamente acompañar? No necesariamente. Es más, si bien ambas se complementan potenciándose o, por el contrario, disminuyéndose informativamente, es preciso analizarlas por separado para entender que dicen en conjunto: al menos esta es la recomendación de Barthes.

¹³² Barthes, Roland, "Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces", Éditions de Seuil, París, Francia, 1982. Pág. 11

¹³³ Idem. Con respecto al último punto, el nombre del periódico, señala Barthes que se relaciona, y no poco, con la lectura de un mensaje fotográfico. Al respecto, debe pensarse, por ejemplo, de que una misma fotografía cambia de sentido al ser puesta en dos diarios de tendencia ideológica distinta, sello que muchas veces está dado en la denominación del periódico y/o en su lema.

En tal sentido, puede preguntarse que es lo que dice un mensaje fotográfico; vale decir ¿qué transmite en tanto fotografía?

*"Por definición, la escena en si misma, lo real literal. Hay, ciertamente, una reducción al pasar del objeto a su imagen: de proporción, de perspectiva y de color. Pero en ningún momento esa reducción llega a ser una transformación (en el sentido matemático del término); para pasar de lo real a su fotografía, no hace ninguna falta segmentar lo real en unidades y constituir estas unidades en signos sustancialmente diferentes al objeto que permiten leer. (...) la imagen no es real, pero, al menos, es el analogon perfecto de la realidad, y precisamente esta perfección analógica es lo que define la fotografía delante del sentido común"*¹³⁴ (El subrayado es nuestro).

Pues bien, luego de que Barthes explica que la fotografía de prensa -concebida esencialmente ésta sin pretensión de pasar por "artística"- representa algo análogo a lo real, hace patente de que sería un objeto pleno de sustancia en si, y que, por tanto, *no desarrollaría un segundo mensaje*. Sería, entonces -a diferencia del dibujo o de la pintura- un mensaje *denotado, sin connotación* (o traducción -mediante un código- desde la realidad captada hacia su representación).

Barthes, no obstante, duda de que esta condición denotativa, y de que la "objetividad" que el sentido común atribuye al mensaje fotográfico puedan ser considerada sin reparos. En efecto, la fotografía de prensa podría estar, pues, también "connotada", aunque esto no podría advertirse a primera vista. Habría que *inferir* esta connotación en los procesos de producción y recepción del mensaje. Al respecto, escribe Barthes¹³⁵ que:

¹³⁴ Idem , pág. 13.

¹³⁵ Idem, pág. 15.

- a) Una fotografía de prensa es un objeto trabajado, escogido, compuesto, elaborado, tratado de acuerdo con una normas profesionales, estéticas o ideológicas (el subrayado es nuestro); y además que:
- b) Esa fotografía no solamente se percibe, se recibe, sino que *se lee* (el énfasis es del autor).

Para Barthes seis son las principales formas de "connotación" de una imagen fotográfica:

- a) Truaje (modificación artificial de una fotografía mediante su deformación, alianza con elementos externos a la imagen real, etc.,).
- b) Pose (la actitud del personaje fotografiado conlleva una lectura histórica plena de estereotipos y significados de interpretación preestablecidos).
- c) Objetos (esta forma se relaciona con la utilización o selección de ciertos objetos cargados en si de significaciones que hacen que el lector les asocie con tal o cual idea preconcebida o que devengan símbolos).
- d) Fotogenia (la connotación provendría del embellecimiento, de la sublimación de la imagen mediante efectos técnicos).
- e) Esteticismo (idealización adrede de la imagen fotográfica para que se asemeje a un "objeto de arte").
- f) Sintaxis (corresponde a la lectura connotada que se hace de un grupo de fotografías que, por el mismo hecho de estar agrupadas, constituyen un mensaje del que carecerían por separado).

Aparte de estas seis técnicas, Barthes¹³⁶ se refiere al texto que acompaña a la imagen fotográfica de prensa y postula:

1) Que el texto es *"un mensaje parásito, destinado a comentar la imagen, es decir, "a insuflar" en ella uno o varios significados segundos¹³⁷".*

¹³⁶ Idem, págs. 21 a 23.

¹³⁷ Idem, pág. 22. Conviene recalcar que Barthes subraya que este hecho una *inversión histórica importante* con respecto a lo que sucedía en tiempos de la *Ilustración*. Puede definirse así: "antes, la imagen ilustraba el texto (lo hacía más claro); ahora el texto le añade peso a la imagen, la grava con

- 2) Que cuanto más próxima queda la palabra de la imagen, menos aparenta connotarla (es decir: el titular y la nota connotan más que la lectura de foto la que "parece duplicar la imagen, es decir, participar en su denotación").
- 3) Que a menudo el texto es un énfasis de la fotografía de prensa, pero que también no pocas veces inventa un sentido nuevo o, incluso, contradictorio.

Barthes postula que son dos las funciones del mensaje lingüístico con relación al icónico: la primera, la función de *anclaje*, procura evitar la polisemia -responde a la pregunta sobre ¿qué es lo que muestra la imagen?-, reduciendo las posibilidades significativas del texto icónico; la segunda, la función de *relevo*, tiene lugar cuando el texto y la imagen se complementan.

Para finalizar este apartado sobre la imagen periodística, queremos introducir (lo que se ejemplificará posteriormente al abordar el carácter de uso de algunas imágenes en *The Clinic*) el tema de la creación y manipulación de imágenes por medio de técnicas computacionales.

Las redacciones de medios periodísticos se caracterizan hoy por su reiterado uso de procedimientos computacionales. Este hecho conlleva una mutación radical con respecto a las posibilidades del pasado, sobre todo si se conocen las posibilidades de invención o deformación que permite el uso consciente del computador: nos encontraríamos, como señalan autores vinculados con los estudios de imágenes, en una de las más recientes fases históricas de la producción de imágenes.

Sirvan, por tanto, las siguientes líneas¹³⁸ para definir algunas aristas de este proceso de intervención tecnológica de la imagen, que, reseñamos, no proponen una

una cultura, una moral, una imaginación; entonces se efectuaba una reducción del texto a la imagen; hoy en día se efectúa la ampliación de la imagen por parte del texto", (el subrayado es nuestro).

¹³⁸ Zunzunegui, Santos, "Pensar la Imagen", Ediciones Cátedra, Madrid, España, 1998. Págs. 240 y 241.

explicación de las consecuencias del fenómeno, las que estamos ciertos excederían el contenido del presente texto.

Pues bien, como indica Santos Zunzunegui en su libro "Pensar la Imagen", actualmente se pueden trabajar imágenes por medio de técnicas digitales y de su producción computacional. El sistema se basaría en *"la composición de la imagen a través de puntos elementales y discretos (denominados pixels), (lo que permite obtener unos productos icónicos organizados matricialmente, almacenables en la memoria de un ordenador (computador) y manipulables pixel a pixel"*¹³⁹

Estas imágenes "sintéticas" o "infográficas", como las denomina en su libro Zunzunegui pueden clasificarse en:

1. *Imágenes no figurativas*: están vinculadas con una dimensión decorativa.
2. *Imágenes gráficas* o simbólicas: emplean símbolos y modelos codificados para representar esquemas o diagramas que representan informaciones cuantitativas o topológicas.
3. *Imágenes figurativas*: representan objetos reales de forma estilizada.
4. *Imágenes realistas*: se asemejan a la apariencia de los objetos representados.

Por su parte, en Chile, el Licenciado en Comunicación Social e Investigador Junior del Centro de Investigaciones Sociales de la Universidad Arcis, Jorge Ramos, subraya el desplazamiento de la imagen fotográfica tradicional, ante el avance de la imagen infográfica, realizada en computador. Observa Ramos que el auge de las infografías representan el ingreso a una nueva era en la que:

¹³⁹ Op. cit. pág. 240.

"(...)la imagerie¹⁴⁰, recompone al sujeto en una nueva forma de concepción de la imagen en donde el principio básico es la experimentación visual inédita, en donde las nuevas formas de hacer imágenes trastocan lo hasta ahora conocido"(el subrayado es nuestro).

Según expone el investigador nacional, los inicios de este cambio se remontarían a inicios de la década del 80, con el surgimiento de nuevas tecnologías, expresadas, entre otras, en el desarrollo computacional. Como producto de ello sobreviene un elevado flujo de imágenes, tanto en el nivel de producción como de consumo. Comienzan, entonces, a surgir denominaciones para hacer frente a un proceso inaudito: era digital, cultura post-fotográfica, espacios cibernéticos, etc. El paso posterior, describe en su texto Ramos, es el advenimiento de *"la hiperrealidad, de los mundos virtuales, y las inteligencias artificiales"* (Ramos, pág. 43).

Sin embargo ¿este cambio es comprendido en toda su magnitud por el sentido común de las personas? ¿Se han interiorizado las consecuencias de que la fotografía ya no puede ser evaluada en tanto reproductora de lo real? Siguiendo con los planteamientos de Ramos, afirmarlo sería errado, pues la correcta advertencia de este fenómeno sólo estaría en manos de un *"estrato culto con ciertas claves de lectura, es decir, la intelectualidad¹⁴¹"*. La sociedad, afirma, seguiría pensando el mundo en tanto realidad. El periodismo nacional, agrega, no estaría ajeno a esta falencia usual:

(...)es curioso como por ejemplo el gremio periodístico, que se suponen hombres de letras, advertidos de los estudios en estas materias, juega un juego esquizofrénico en nuestro país, pues establecen un proceso de objetivación de la imagen periodística, haciéndola aparecer como un discurso depositario de la verdad absoluta..."

¹⁴⁰ ("El concepto "imagerie" es acuñado por Alain Renaud para referirse a la producción de imágenes en ordenador". Toda la cita textual en: Ramos, Jorge, Ramos, Jorge, ensayo "A propósito del corte espacio temporal", Centro de Investigaciones Sociales Universidad Arcis, N° 4, 2° Semestre Año 2.000, pág. 41.

¹⁴¹ Ramos, Jorge, pág. 43.

Esto contrastaría con el uso de técnicas digitales para la producción, tratamiento o manipulación de la imagen fotográfica. De hecho, en esta nueva fase nos hallaríamos pues en *"un juego lúdico que nos devuelve a la era pictorialista, pues el operador (que no es siquiera fotógrafo) es capaz de ordenar el mundo más que retratarlo"*¹⁴².

Debe considerarse además que las portadas de The Clinic medio son fundamental y casi en su totalidad humorísticas. Sobre tal aspecto, Vilches resalta que en una publicación de corte humorístico *"el contrato de verdad / falsedad no tiene sentido, porque ha cambiado el género periodístico y por tanto la estrategia comunicativa"*¹⁴³.

Esto es, proponemos, lo que sucede en el caso de The Clinic. Tal publicación, en efecto, presenta ciertas secciones, cuyo carácter se ha mantenido durante su trayectoria, eminentemente humorísticas, en donde la "verdad" de lo dicho es secundario, y lo que es realmente importante es que las ficciones humorísticas resulten creíbles.

El espacio más emblemático de tal rasgo humorístico está dado por la portada. No obstante, existen además secciones caracterizadas también por un humor irónico, "corrosivo", que, usando el empleo de la jocosidad deslizan críticas sociales, y de las que el lector "típico" tiende a asociar con parte importante de la propuesta interpretativa del periódico¹⁴⁴. Entre otros, estos espacios son: "Quinta de Recreo (análisis de la Quincena Noticiosa)"; "Consejos Integrales (ex Choróscopo)"; "Chupete Aldunate On Line"; "Album Familiar"; "Sabía usted que..."; etc., y, por supuesto, algo que se ha convertido en un sello distintivo del periódico: el espacio en el que se registran

¹⁴² Idem, pág. 47.

¹⁴³ Idem, pág. 205.

¹⁴⁴ (Debido a la facilidad de su comprensión, en desmedro de textos también críticos, pero de mayor complejidad y despliegue de ideas como, por ejemplo, las columnas de Rafael Gumucio y de Roberto Brodsky).

hechos noticiosos ficticios, mediante la adaptación paródica de eventuales titulares de prensa.

Por último, y volviendo un poco a aspectos textuales que sustentarán teóricamente nuestro análisis, retomamos el ya mencionado libro "Análisis del Discurso", en el que su autor Jorge Lozano pasa revista a lo que denomina *las figuras de la distancia enunciativa*. A continuación, compendiamos algunas de sus observaciones sobre tres de estas formas, las que son particularmente significativas a la hora de abordar el contenido verbal de las portadas:

- 1.- Las comillas de distancia.
- 2.- El funcionamiento de lo irónico.
- 3.- La enunciación paródica.

Hay distancia enunciativa, postula el investigador, por ejemplo cuando se indica una palabra o una expresión como distintivas de un colectivo o de una persona en particular (léase, su jerga), por medio de *comillas de distancia*. En tal caso, advierte, puede atribuirse al enunciador del discurso alguna calificación, más bien descalificación, del locutor implícitamente citado.

Indica, además, otro tipo de empleo de este mecanismo, el que implica la *no apropiación del significado usual del término* (cuando éste va encerrado entre comillas). En tal caso, la interpretación de ese fragmento adquiere una nueva significación, opuesta a la acostumbrada:

"Las comillas en / "vulgaridad" /, por ejemplo, sugieren el rechazo de la connotación peyorativa que el término suele vehicular (y que conllevaría aquí también en ausencia de comillas)¹⁴⁵"

¹⁴⁵ Lozano, Jorge, "Análisis del Discurso", Ediciones Cátedra, Madrid, España, 1989 (tercera edición). Pág. 159.

mensaje llegue codificado a un(os) destinatario(s) específicos. Como consecuencia de ello, existirían, de acuerdo con los planteamientos de Lozano, dos interpretaciones para un mensaje:

- I.- La "literal", del sector de receptores que no pueden sospechar, por carecer de cierta(s) información(es), de que el enunciador no piensa lo que expresa; y
- II.- La de los destinatarios que sí poseen esos antecedentes sobre las verdaderas ideas del enunciador y que logran captar que su expresión es irónica.

Una tercera figura de distancia enunciativa mencionada por el autor es la parodia. Precisa Lozano que su alcance supera el ser sólo un procedimiento de expresión, para alcanzar la categoría de género, destinado a la construcción e interpretación de textos completos. Ya no se trata, pues, de señalar incongruencias, desvaloraciones particulares, etc., sino que de abocarse a los contenidos de un texto integral.

"A nivel de su estructura formal, un texto paródico es la articulación de una síntesis, de una incorporación de un texto parodiado (en un texto parodiante¹⁴⁸)"

¹⁴⁸ Hutcheon, L. (1981), "Ironie, satire, parodie. Une approche pragmatique de l'ironie", citado en Lozano, Jorge, misma página.

mensaje llegue codificado a un(os) destinatario(s) específicos. Como consecuencia de ello, existirían, de acuerdo con los planteamientos de Lozano, dos interpretaciones para un mensaje:

- I.- La "literal", del sector de receptores que no pueden sospechar, por carecer de cierta(s) información(es), de que el enunciador no piensa lo que expresa; y
- II.- La de los destinatarios que sí poseen esos antecedentes sobre las verdaderas ideas del enunciador y que logran captar que su expresión es irónica.

Una tercera figura de distancia enunciativa mencionada por el autor es la parodia. Precisa Lozano que su alcance supera el ser sólo un procedimiento de expresión, para alcanzar la categoría de género, destinado a la construcción e interpretación de textos completos. Ya no se trata, pues, de señalar incongruencias, desvaloraciones particulares, etc., sino que de abocarse a los contenidos de un texto integral.

"A nivel de su estructura formal, un texto paródico es la articulación de una síntesis, de una incorporación de un texto parodiado (en un texto parodiante¹⁴⁸)"

¹⁴⁸ Hutcheon, L. (1981), "Ironie, satire, parodie. Une approche pragmatique de l'ironie", citado en Lozano, Jorge, misma página.

4. 4.- Aspectos teóricos para un análisis de Editoriales.-

De acuerdo con lo que señala Teun A. van Dijk los editoriales son aquellos "discursos de opinión por excelencia que se comunican masivamente", que ejercen significativa influencia, comparativamente, postula, sólo menor a la que ejercen los programas televisivos de opinión (debates, etc.). Sin embargo, plantea la siguiente salvedad: que estos discursos opinativos tienen efecto "tanto si los lectores de diarios los leen o no". Tal conclusión apunta a que los editoriales intervienen con mayor efectividad por su llegada a las elites más que a las masas lectoras.

"En efecto, una gran parte de la investigación crítica de los medios de comunicación sugiere que las opiniones generales de los periódicos no pueden ser completamente incoherentes con las de las instituciones de elite y los procesos de influencia son mutuos"¹⁴⁹

Otra proposición del autor indica que los editoriales se sustentan en *fundamentos sociocognitivos*, cuya expresión fundamental se percibe en que:

- 1.- La opinión editorial es generalmente institucional, por lo que cualquier opinión específica (por ejemplo, la del redactor del editorial) sobre un hecho definido se deriva de *representaciones sociales* ("creencia"¹⁵⁰ verdadera socialmente compartida", op. cit. 260) más que de experiencias u opiniones en sentido estricto.
- 2.- Las estructuras de las editoriales propenden al no uso de pronombres en primera persona ni al relato de experiencias individuales; por el contrario, generalmente *se abocan a noticias públicas e impersonales y apoyan opiniones generales.*

¹⁴⁹ A. van Dijk Teun, "*Racismo y análisis crítico de los medios*", Ediciones Paidós Ibérica S. A., Barcelona, España, 1997. Pág. 254.

¹⁵⁰ Plantea nuestro autor que el término creencia no ha sido teorizado suficientemente. A pesar de ello arriesga la existencia de dos categorías: a) creencias factuales (verdadero o falso) y b) creencias evaluativas u opiniones (bueno o malo, correcto o incorrecto, etc).

Otro elemento sobre el que el estudioso recalca la atención es el hecho de que pese a que la mayoría de los discursos presentan una cierta constitución esquemática "*ninguna estructura convencional de este tipo ha sido propuesta(...) teórica o empíricamente (con respecto a los editoriales)*". Pese a esa dificultad -la ausencia de una definición concluyente del formato editorial-, los presupuestos analíticos de Van Dijk establecen que todo editorial, en tanto *comentario* de suceso(s) reciente(s) debería incluir con respecto al(os) mismo(s):

- 1.- Su resumen.
- 2.- Una evaluación -particularmente de hechos y actores-.
- 3.- Una conclusión pragmática (recomendación, consejo, advertencia, etc).

Ahondando en el tema, Van Dijk explicita -sin dejar de aclarar que es harto posible que un editorial presente mezclas y contaminaciones con respecto al ordenamiento por él presupuesto- que en la parte correspondiente al resumen se deberá recordar al lector sobre el suceso, el que seguramente ya ha sido publicado y/o que se profundizará en otras páginas de la edición. Esta primera parte debería ser factual (aunque ya podría, eventualmente, incluir ciertas valoraciones).

La segunda parte, la evaluación, debería reseñar los aspectos positivos o negativos, errados o no, etc., del suceso y que actores son sus responsables. Además, debe incluir la opinión del medio y sus valores, y también elementos que conforman su ideología subyacente.

Finalmente, el segmento conclusivo habría de responder ciertas interrogantes del universo lector sobre que sucederá con respecto al hecho, que posición y/o actitud es o no es conveniente adoptar, etc.

Con respecto al contenido ideológico que existe en todo editorial, el autor formula que aquel sería la base de las representaciones sociales evaluativas

(opiniones, en estricto rigor). Para Van Dijk una ideología es un sistema abstracto de creencias que normalmente comparte un grupo y que subyace a las actitudes de dicho grupo. En tal sentido, el sustentar una ideología determinada "puede organizar (y aportar creencias generales hacia) unas actitudes más específicas¹⁵¹". (Los subrayados son nuestros).

Recomienda Van Dijk fijarse en la manera en que un grupo social¹⁵² se considera a sí mismo y también frente a los demás: vale decir, deben estudiarse aspectos como la afiliación política, económica, cultural, religiosa, etc; las actividades; los objetivos, normas y valores; los recursos económicos; la trayectoria; etc., del grupo emisor de los mensajes, y, además, la manera como sus representantes -sustentadores de ideología- se plantean ante los conflictos sociales, sea como enfrentamiento¹⁵³ o como avenencia.

Con respecto a la influencia del género editorial con respecto al discurso global de un medio de comunicación, ésta es del todo considerable dado que posiciona al diario frente a la contingencia. Efectivamente:

"Los editoriales tienen como objeto y están estructurados para expresar y manifestar las opiniones del periódico sobre eventos informativos recientes. Puesto que los editoriales se escriben, normalmente, acerca de un solo suceso o tema diario¹⁵⁴, indican de forma implícita que el periódico atribuye un significado particular, ya sea social o político a dicho evento¹⁵⁵". (Los subrayados son nuestros)

¹⁵¹ Op. cit. pág. 266.

¹⁵² El equipo de The Clinic, en nuestro caso.

¹⁵³ (Como sucede a menudo, considerándose el aspecto polarizante de toda ideología, que adopta regularmente una forma de *nosotros contra ellos* y cuya principal implicancia radicaría en el planteamiento de determinadas actitudes que, por medio de recursos persuasivos, se extenderían en el sentir masivo -de los receptores del discurso de The Clinic, en el marco de nuestro estudio-).

¹⁵⁴ Quincenal, en el caso de The Clinic.

¹⁵⁵ Op. cit. pág. 177.

El editorial, inscrito en el ámbito opinativo, comparte presencia con otros representantes del género al interior de medios periodísticos, tales como las Cartas al Director, las cartas de reclamos, etc. Lo particular de los editoriales radica en el hecho singular de la actitud adoptada por los lectores del medio que los publica. En efecto, en este caso, a la clara intención del editor, propietario, etc., por emitir una opinión y persuadir con ella a la masa lectora, se suma -el planteamiento es de Van Dijk- el que "*los lectores de periódicos esperan que los editoriales formulen opiniones acerca de sucesos recientes que son noticias*¹⁵⁶" (el énfasis y el subrayado es nuestro).

Sin embargo, a la hora de plantear un análisis de un discurso editorial, se hace necesaria una precisión. Está referida a la diferencia existente entre un *discurso de opinión* y una *opinión* como tal.

En este sentido, cabe hacer notar el hecho de que un "discurso opinativo" (como el expresado en un editorial) tiene, a menudo, un fin estratégico por el que las "opiniones" genuinas pueden falsearse, alivianarse o contradecirse si el contexto así lo amerita u obliga, de acuerdo con los presupuestos del medio (el que puede incluso moldear su opinión a ciertos parámetros que resulten aceptables masivamente, ocultar las opiniones propias y genuinas, etc., con fines comerciales, de establecimiento de una determinada imagen institucional, etc.)¹⁵⁷.

En miras a un análisis debe abocarse el investigador, a menos de tener estrecha cercanía con los redactores del medio estudiado -lo que obviamente menos sucede con el promedio de lectores- a trabajar sólo con las propuestas publicadas, sin olvidar que:

"(...) cuando analizamos el discurso de opinión es preciso que seamos conscientes del hecho de que su significado no es siempre una expresión clara y directa de

¹⁵⁶ Op. cit. pág. 269.

¹⁵⁷ Esta dificultad -a nivel de nuestro trabajo- es, lo reconocemos, casi infranqueable porque ¿cómo saber realmente si la opinión emitida por un medio es genuina, sin tácticas?

las opiniones manifestadas por los oradores o escritores, sino que varios procesos de transformación (elisión, cambio, sustitución, etc.) pueden aparecer y justificar los motivos contextuales según se representan en los modelos de contexto mentales del público¹⁵⁸”.

Aparte de esta posibilidad elástica del discurso de opinión, existe otro punto de quiebre para bosquejar un análisis. Éste se produce por la preexistencia de opiniones canónicas, establecidas, consagradas, etc., y su choque con el surgimiento de opiniones emergentes o propias de un contexto cambiante, razón por lo que no ha de dejarse de lado el surgimiento de temas o problemáticas de debate ascendente en una sociedad, los que pueden establecerse como cambio o/y superación de creencias pasadas¹⁵⁹.

Tal y como ya se ha señalado, el discurso de opinión se estructura atendiendo a un carácter argumentativo, cuyos rasgos han sido estudiados desde la antigüedad. Con miras a un análisis del discurso opinativo, Van Dijk plantea las siguientes observaciones, casi, podríamos suponer, advertencias:

- 1.- La necesidad de "argumentar" proviene de que toda opinión por ser subjetiva debe resultar admisible para el receptor; vale decir, tiene que estar respaldada mediante *razones* por el emisor. Esta exigencia de argumentar es directamente proporcional a la controversia que pudieran originar las opiniones difundidas.
- 2.- Existen *representaciones sociales compartidas* que en el discurso opinativo se dan como presupuestas o *postulados tácitos* (es decir, implícitos).
- 3.- No puede establecerse una demarcación precisa para establecer si una aseveración es factual o evaluativa¹⁶⁰. Bajo tal precepto, el receptor debe abocarse a descifrar el

¹⁵⁸ Op. cit. 270.

¹⁵⁹ En el contexto de nuestro tema estudiado, estos temas emergentes, serían, entre otros: la crítica a las instituciones tradicionales, la discusión de temas valóricos, el apoyo a minorías sexuales, el surgimiento de discursos antes censurados, la liberalización de costumbres en la población, el surgimiento de una "cultura del espectáculo", etc, etc.

¹⁶⁰ Por ejemplo: la expresión "ladrón" puede ser una afirmación objetiva en el caso de referirse al protagonista de un robo, o calificativa en el caso de una acusación personal.

carácter del planteamiento en un contexto determinado, entre otros, por la relación entre las proposiciones del discurso, por lo que ha de analizarse la *secuencia de proposiciones y no meras frases como si éstas estuviesen aisladas*.

4.- No pocas veces, las opiniones (incluidas, por cierto, las del género editorial) son expresadas más por la manera como se dice que por lo que se dice¹⁶¹.

5.- Una de las estrategias de los editorialistas, considerando que su objetivo principal es persuadir a los lectores, consiste en argumentar de tal modo que las propias opiniones resulten plausibles y las del adversario insostenibles o, al menos, radicalmente cuestionables.

A modo de último considerando, hemos de reseñar que el patrón de Van Dijk, recuerda que una ideología, aparte de ser de por sí intrínsecamente evaluativa, está supeditada a los valores que son más relevantes para el grupo que la sustenta.

Este asunto, de vital importancia en nuestro análisis, se relaciona con los aspectos valóricos subyacentes en las editoriales que analizaremos bajo, entre otros, el siguiente presupuesto: un valor - por ejemplo- la moral, el respeto a las minorías, etc., tiene distinta relevancia para distintos grupos culturales, sociales, económicos, etc., por lo que nuestra búsqueda de posturas editoriales en The Clinic indagará aspectos como la adhesión o rechazo otorgado a determinados valores, recordando el presupuesto que sustenta nuestra tesis: **de encontrarnos ante una postura contracultural de inicios del siglo XXI chileno**.

¹⁶¹ Esto es especialmente importante a la hora de evaluar un tratamiento irónico.

CAPITULO 5

ANALISIS DE MATERIAL

CONTENIDO EN MUESTRA

5. 1.- Diseño de Investigación

5. 1. 1.- Fundamentos Metodologicos.-

Klaus Krippendorff¹⁶², destaca que un informe de investigación es "*una descripción autorizada de lo realizado, de los motivos por los cuales se hizo, de lo que se logró con ello y de su contribución al conocimiento existente. (...) En ningún trabajo científico se aceptan los hallazgos con independencia del procedimiento mediante el cual se obtuvieron y este modelo debe reproducirse en otros lugares y oportunidades*".

Sobre la base de tales prescripciones procuraremos presentar nuestro trabajo.

El citado autor precisa cuales son los elementos¹⁶³ en los que debe centrarse un investigador:

- Los *datos*, tal como se comunican al analista ("debe quedar claro qué datos se analizan, de qué manera se definen y de que población se extraen").
- El *contexto* de los datos ("*debe hacerse explícito el contexto con respecto al cual se analizan los datos (...)incluyendo condiciones circundantes, antecedentes, coexistentes o consecuentes*")

¹⁶² Krippendorff, Klaus, "Metodología de Análisis de Contenido. Teoría y Práctica", Ediciones Paidós Ibérica, Barcelona, España, 1990. Pág. 266.

¹⁶³ Ídem. Pág. 36

- La forma en que *el conocimiento del analista* lo obliga a dividir su realidad (¿porqué se determina tal contexto?)
- El *objetivo* de un análisis de contenido (que es lo que el analista quiere conocer).
- La *inferencia* como tarea intelectual básica ("*para llevar a cabo o justificar esas inferencias, el analista de contenido debe contar con relaciones relativamente estables entre los datos y el contexto (o construir una teoría operacional de esas relaciones). (...) Se llama construcción analítica a una teoría de esas relaciones, formuladas de tal manera que los datos aparezcan como sus variables independientes, y el objetivo forme parte de sus variables dependientes*").
- La *validez* como criterio supremo de éxito (presentar pruebas necesarias).

Como primera advertencia, Krippendorff postula que todo análisis de contenido podría, intuitivamente, "*caracterizarse como un método de investigación del contenido simbólico de los mensajes*¹⁶⁴". Sin embargo, sobre aquello especifica la existencia de dos equívocos:

1) Que los mensajes no tienen un único significado, dado que:

"(...)en cualquier mensaje escrito se pueden computar letras, palabras u oraciones; pueden categorizarse las frases, describir la estructura lógica de las expresiones, verificar las denotaciones, connotaciones o fuerzas ilocutivas; y también pueden formularse interpretaciones psiquiátricas, sociopolíticas y políticas. Todas esas cosas pueden poseer validez de forma simultánea. (...) En esas circunstancias, la pretensión de haber analizado el contenido de la comunicación trasluce una posición insostenible¹⁶⁵"

¹⁶⁴ Idem. Pág. 30

¹⁶⁵ Idem.

2) Que incluso la significación de lo que es "contenido" tampoco es universal.

Está, por otra parte, la problemática inherente a los datos que se escogerán para realizar el análisis.

En primer lugar, tenemos la cuestión de su cantidad, considerando que *"el universo de datos disponibles tiende a sobrepasar incluso la capacidad de asimilación de los operativos de investigación mejor equipados"*¹⁶⁶.

Está, además, el asunto de la calidad de las unidades y su virtual elección. Recomienda el autor seleccionar *"las unidades que sean empíricamente más significativas y productivas, que puedan identificarse de manera eficiente y fiable, y que satisfagan los requisitos de las técnicas disponibles. Esto suele exigir transigencia en numerosos aspectos"*¹⁶⁷.

Para enfrentarse a tales escollos el analista de discurso, debe abordar un *plan de muestreo*, por el que *"dentro de las limitaciones impuestas por el conocimiento disponible acerca de los fenómenos, cada unidad (de muestreo escogida) tiene la misma probabilidad de estar representada en el conjunto de unidades de muestreo. Esto garantiza que no haya tendenciosidad alguna en las inclusiones de la muestra"*¹⁶⁸.

Subrayando la idea anterior, resulta pertinente destacar que no incurrir en tendenciosidad es necesario en toda investigación, desde luego y fundamentalmente en el campo de las comunicaciones de masas "el dominio tradicional del análisis de contenido", según Krippendorff.

¹⁶⁶ Idem. Pág. 31.

¹⁶⁷ Idem.

Para nuestro analista el acotar los materiales a analizar implica:

- 1) Emplear todos los conocimientos que se pueda obtener con el fin de diferenciar el material relevante del que no lo es.

- 2) Y si el material relevante sigue siendo demasiado grande, recurrir a "métodos aleatorios" para seleccionar una muestra que sea lo bastante amplia como para contener información suficiente y lo bastante pequeña para facilitar el análisis". Tal técnica de "muestreo" se sustenta en una "justificación metodológica (basada en) que el proceso debe dar lugar a una muestra a partir de la cual puedan efectuarse generalizaciones seguras"¹⁶⁹.-

Para efectos de nuestro trabajo, emplearemos la noción de *unidades de muestreo*, tal y como la presenta el autor; vale decir: "aquellas porciones de la realidad observada, o de la secuencia de expresiones de la lengua fuente, que se consideran independientes unas de otra (...) de modo que la inclusión o exclusión de una unidad de muestreo como dato en un análisis carece de consecuencias lógicas o empíricas en lo que se refiere a las elecciones entre otras unidades"¹⁷⁰.

¹⁶⁸ Idem. Pág. 32.

¹⁶⁹ Idem.

5. 1. 2.- Material contenido en muestra de análisis.

"Los proyectos de investigación para poner a prueba hipótesis comparan los resultados de un análisis de contenido con datos obtenidos de manera independiente y con datos sobre fenómenos no inferidos mediante la técnica"
(Klaus Klippendorf)

Según esta prescripción, y para poner a prueba nuestra hipótesis:

**Si en las páginas del periódico The Clinic
se sustenta un discurso crítico de tipo contracultural
¿cuáles son sus contenidos
y representaciones fundamentales?**

I.- Analizaremos, en tanto unidades de muestreo significativas:

- A) Portadas.
- B) Editoriales.

Nuestro trabajo -estudio no experimental, descriptivo y sincrónico- se abocará al estudio de estas unidades durante el semestre Abril - Septiembre del presente año, del cual (por medio de una muestra aleatoria) se seleccionaran todos los números publicados en algún día correspondiente a la segunda quincena de cada mes (esta precisión está relacionada con el siguiente hecho: por aparecer cada número de The Clinic con un intervalo de 14 días, luego de cierto lapso, inevitablemente, su periodicidad rompe con la fórmula precisa de 1 ejemplar por quincena).

¹⁷⁰ Idem, pág. 39.

En tal sentido, siguiendo con el criterio reseñado, las portadas y editoriales de los ejemplares a analizar, correspondientes al Año 4 del periódico The Clinic, serán:

Nº	Fecha (año 2002)
75	18 de abril
77	16 de mayo
78	30 de mayo
80	27 de junio
82	25 de julio
84	22 de agosto
86	17 de septiembre
TOTAL:	7 Ejemplares

II) Contrastaremos tal análisis con el contexto sociocultural en el que se insertan los ejemplares, reseñando críticas de tipo contracultural a las que éste se haya visto expuesto por parte de los redactores de The Clinic.

III) Realizaremos las inferencias que se considere pertinente, a fin de establecer conclusiones que puedan validar nuestra hipótesis.

5. 1. 3.- Temática general del período

Tras una revisión de ejemplares de The Clinic a lo largo de su itinerario, conjeturamos que la publicación fue "tanteando terreno", en búsqueda de un proceder que se adecuase con determinado modo expresivo. Tal sondeo llevó al periódico a la publicación de textos y propuestas gráficas de la más diversa índole temática y formal, muchas veces de un ingenio provocador sorprendente.

En los primeros años de la publicación, se privilegió el empleo del humor como método para ejercer una crítica mediante la ridiculización de actores y sucesos. En pocas palabras: de entre todo el pandemonium que se entregó al público, los eventuales lectores tenían para elegir de entre una amplia gama de presentaciones con las que se buscaba *desacrilizar* aquello que podía suscitar recelo en un cierto sentido común de la población. *No dejar títere con cabeza*, puede haber sido la suerte de ideario en aquellos ejemplares.

Pero el contexto sociocultural sufrió modificaciones. Con el inicio del nuevo milenio el descrédito del mundo político comenzó a acrecentarse. De hecho:

"Todas las encuestas muestran que el número de personas que no simpatizan con ninguna colectividad ha aumentado en la última década. También son cada día más los votantes que se consideran independientes y que no se identifican con el tradicional eje derecha-izquierda.

(...)¿Por qué la gente se distanció de los partidos? Porque se han convertido en máquinas de poder y en vehículos para acceder a cargos en el aparato del Estado. La gente lo percibe y los políticos hacen poco por disimularlo¹⁷¹"

¹⁷¹ Halpern, Pablo "Los Nuevos Chilenos y la Batalla por sus Preferencias", Editorial Planeta Chilena S.A., Santiago, Chile, 2002, pág. 57.

En tal trama, los representantes del mundo político y su discurso se fueron constituyendo en una preocupación secundaria para parte importante de la población. Además, y en el sentido ya reseñado, surgieron numerosos conflictos de los cuales no pocos políticos salían bien parados. El tema mostraba ribetes que a menudo indignaban. La contingencia no daba para chistes felices. Los ejemplos abundaban y el ambiente se enrarecía:

"Mucho se habla de la transparencias y probidad, pero cada vez más a menudo los chilenos deben enfrentarse con este grave problema (el fenómeno de la corrupción). Los gastos reservados de la Presidencia, los negocios del ex Presidente Frei Ruiz-Tagle; el financiamiento de las campañas políticas por medio del lobby y del tráfico de influencias; la fortuna del senador vitalicio, las subvenciones a los partidos políticos desde el extranjero, el sumariado asesor del presidente Lagos; los honorarios de los asesores de confianza; las escandalosas indemnizaciones fiscales; el via-crucis de los retornados por los créditos del Banco del Estado; los empréstitos "dulces" del Indap; las coimas en la compra de tierras por la Conadi; las casa de luto y el regalo caballuno de Copeva; la deuda histórica de los profesores; el fraude a los pobladores de Concepción, y otros tantos casos que escandalizan a la opinión pública, demuestran que, aunque se afirme lo contrario, no estamos inmunes a estos delitos y que los temas valóricos están de capa caída¹⁷²", señalaba en un libro de elocuente subtítulo -"La Corrupción en las Empresas Públicas. 1980 -2001"- la periodista chilena Maura Brescia, en una investigación publicada a fines del año 2001.

Pero en tal sentido, encontramos también esta explicación, del sociólogo Tomás Moulián:

"En el Chile Actual la imagen de corrupción es la resultante no deseada del vacío prospectivo-ideológico de la política, más que la resultante de constataciones

¹⁷² Brescia, Maura, "Manos Limpias. La Corrupción en las Empresas Públicas. 1980 -2001", Editorial Mare Nostrum, Santiago, Chile, 2001. Pág. 9.

empíricas, de la prueba dura de hechos. Es una atmósfera, una especie de proyección suscitada por el estilo cínico que emana de los discursos pragmáticos. Son los discursos pragmáticos reflejados en un espejo deformante.

También es la resultante de la decepción, del desencanto de personas que esperaban transformaciones, cambios, y se encuentran que las prioridades permanecen iguales que en tiempo de Pinochet¹⁷³".

Ante tal panorama, resultaba lógico que posturas como la sustentadas por el periódico The Clinic resultaran un tanto ineficaces: ya no se podía sólo ironizar, había que denunciar, acusar con hechos, de manera algo más seria.

El surgimiento de medios periodísticos de enfoque investigativo como Siete más Siete, El Periodista, La Gironda, etc., y los "golpes" en tal sentido de La Nación Domingo; la postura punzante de Punto Final y Rocinante; el afán acusador de La Firme, etc., pueden ser considerados elementos ante los que los redactores de The Clinic pudieron replantearse su labor. Ante un nuevo contexto periodístico que permitía denuncias formales ¿era una táctica completa conformarse con la burla?

Además, nuevas preocupaciones se instalaban en "el pueblo", ese del que idealmente The Clinic se planteaba como paladín. La política, ya en desplazado lugar, daba paso a discusiones valóricas, culturales, económicas, etc. La contingencia mutaba rápidamente. Desnudos masivos; pedofilia en la Iglesia Católica, asesinatos brutales difundidos mediáticamente; paro metropolitano de micreros, escándalo en la dirigencia del fútbol nacional... tales resultaban nuevos hechos de interés.

The Clinic, con afán lucrativo o para indagar en los intereses de "el pueblo" (o ambos, en conjunto), atendió al mensaje.

¹⁷³ Moulian, Tomás, "Chile Actual. Anatomía de un Mito", Lom Ediciones, Santiago, Chile, 1997. Pág. 64.

5. 1. 4.- Período de muestreo: referencia de las secciones constantes de The Clinic.

Es en el sentido ya señalado que el contenido de las ediciones del presente año sólo abordan asuntos de estricto sentido político de modo adyacente. Ya no representa una obsesión como antaño¹⁷⁴. Por otro lado, como se señaló, han surgido otras temáticas, entre las que se incluye el interés masivo por las figuras del espectáculo nacional, tema abordado usualmente manera sarcástica¹⁷⁵.

Sin embargo, lo anterior remite fundamentalmente a "temas". Pero en el presente año, otra modificación de peso ha sufrido el periódico¹⁷⁶: ésta se relaciona con el aumento de reportajes de considerable amplitud, en torno de hipótesis que buscaban corroborarse mediante un trabajo exhaustivo¹⁷⁷, investigaciones periodísticas en estricto rigor, por lo que se ha reducido el espacio para propuestas humorísticas de corte gráfico, tan emblemáticas en los ejemplares de los primeros años. Para decirlo en pocas palabras: la denuncia opta hoy por una fórmula más argumentativa; el discurso, por un tono más riguroso.

Durante el período analizado, abril-septiembre de 2002, apareció una gran cantidad de artículos, reportajes, columnas de opinión, etc. Resulta, creemos,

¹⁷⁴ Recuérdese, sin embargo, que The Clinic ha presentado sin ambages su respaldo a Lagos, atacando, de paso, a la derecha política y a Lavín en particular.

Una vez asegurada la elección presidencial, el tono confrontacional ya no urgía. Sobre la base de ello, puede esperarse que para un próximo enfrentamiento importante entre la derecha y la izquierda política de nuestro país, The Clinic retome sus antiguos objetivos de ataque.

¹⁷⁵ La portada N° 76 del periódico (2 de mayo de 2002) reafirma la tesis de la concentración de los redactores en temáticas no habituales para el medio. Después de conocerse que el cantante Miguel Pifera no era el padre del hijo de su novia, la modelo Carla Ochoa, The Clinic tituló: "*Ni en Dictadura era tan rasca/ ¡¡EN LA TELE ESTÁ LA ZORRA!!*". Como se ve, el viejo estilo irónico se conserva; son los "enemigos públicos" los que han variado.

¹⁷⁶ En diversas entrevistas realizadas en 2002, el Director del The Clinic, Patricio Fernández, ha planteado su juicio en torno a que el periódico de la actualidad busca diferenciarse del The Clinic "tradicional" de los primeros tiempos.

¹⁷⁷ Durante el 2002, ingresaron algunos periodistas a la redacción del periódico, lo que permite entender este nuevo tipo de trabajo en The Clinic.

improcedente hacer una reseña de todos y cada uno de ellos en el marco del presente trabajo. A pesar de lo anterior y como nuestra tesis se plantea indagar en el ideario contenido en el medio The Clinic, resulta indispensable referir siquiera algunos antecedentes sobre el material constante durante el lapso analizado.

En ese sentido, a continuación reseñamos el tema contenido en los suplementos del periódico.

Nº	Fecha (año 2002)	Suplemento ¹⁷⁸	Tema ¹⁷⁹
75	18 de abril	Recortajes	El Aborto
77	16 de mayo	Recortajes	El Caso Soto Tapia
78	30 de mayo	Por Este	Diputados
80	27 de junio	Por Este	Bonvallet: Gloria al Pulento
82	25 de julio	Por Este	Suecia Caliente
84	22 de agosto	El Mercurio	Guía del Sexo en Santiago
86	17 de septiembre	El Mercurio	Suicidios: La Maldita Primavera

En los números analizados durante el período considerado en nuestra muestra existen secciones -omitimos Portadas y Editoriales, posteriormente, analizadas- publicadas en todos ellos. A continuación, las mencionaremos y explicaremos someramente lo fundamental para comprender sus propuestas:

¹⁷⁸ Los suplementos de The Clinic, como ya se ha dicho, se nombran paródicamente. En el capítulo 3, está registrada la transcripción realizada en torno del nombre de un medio periodístico o literario del país.

¹⁷⁹ Aparte de la variedad temática abordada, cuyo fin puede colegirse tendiente a la búsqueda de una ampliación de registros de interés, cabe comentar la escasez de asuntos políticos propuestos.

Nombre Sección	Características distintivas
"Noticias Ficticias"	<p>Si bien la sección no recibe ésta (ni ninguna) denominación, podría llamársela así dado su carácter. En efecto, parodiando el formato periodístico de titulación, se proponen una serie de ficciones de eventuales sucesos de actualidad, cuyos protagonistas son reconocibles. Se trata, ante todo, de proposiciones irrisorias, en las que se atribuye a los personajes nombrados actuaciones que se oponen a su imagen pública o a lo que debería sustentar su ideario. Tales estructuras -que pueden advertirse ya en la portada- ocupaban hasta inicios del presente año sólo la segunda página de la publicación. A partir del N° 76 (2 de mayo), se agregó otra página más. No se registra autor.</p> <p>Si bien la táctica no es nueva (se trata de jugar con la actualidad, recurso utilizado por humoristas como Alvaro Salas), se caracteriza en The Clinic por su desparpajo, atrevimiento y mordacidad, poco comunes en las comunicaciones del país.</p>
SABÍA USTED QUE:...	<p>En sentido estricto, no se trata de una sección, sin embargo, se menciona aquí por ser un contenido usual y característico del periódico, y por enarbolar de modo claro y preciso su opción con respecto al país (así, en amplio sentido). Ubicadas en las esquinas inferiores de más del 90% de las páginas de The Clinic, estas frases establecen un posicionamiento cínico, sarcástico de la publicación, que se aboca a subrayar contradicciones absurdas. La expresión se centra en un "doble sentido", que a veces requiere de conocer ciertas informaciones -en el sentido ya indicado por el español Jorge Lozano-para descifrar esta suerte de "mensajes en clave"¹⁸⁰. La sección se inicia en el n° 10 del 4 de noviembre de 1999.</p>
Cartas al Director	<p>Es la tercera división del periódico, luego de Portada y "Noticias Ficticias". Su carácter no presenta grandes diferencias con respecto a sus símiles en diarios nacionales. Se sustenta en la confianza de pareceres de los lectores sobre determinados hechos de relevancia o anécdotas personales. Sin embargo existen dos mínimas distinciones: en el espacio se ven reiteradas misivas de apoyo a la gestión y propuesta del periódico; y, por otra parte, es llamativo el tono coloquial de muchos lectores, algunos de los que incluyen ciertos garabatos en sus cartas.</p>

¹⁸⁰ Sirvan algunos ejemplos:

SABÍA USTED QUE:... Jesús sólo creía en él y en su papá (n° 75);

SABÍA USTED QUE:... Pinochet miente hasta en la Zona Franca (N° 82);

SABÍA USTED QUE:... En Cuba, Lagos es un socialista "echado a perder". (n° 86); etc.

Quinta de Recreo	Se define como "Análisis de la Quincena Noticiosa", y está firmado por "Smith & Wesson". En rigor, es una selección de hechos noticiosos nacionales e internacionales de carácter llamativo, ante los cuales el redactor, tras una breve contextualización, recalca aspectos, a su juicio, censurables. Concluye, a menudo, con una sentencia de tipo sarcástico.
Columna de Rafael Gumucio	El autor, ex integrante del grupo creador de programas de sátira como "Plan Z" y "Gato por Liebre" (ex Canal 2) y que se ha dado a conocer por la publicación de algunas obras de ficción, analiza hechos o caracteriza personajes contingentes, incluyendo sus pareceres con respecto a los mismos, a menudo de modo vigorosamente acusativo.
The Clinic Interview	Entrevista, de dos páginas, a personajes seleccionados. El criterio de tal elección, se funda casi siempre en la posibilidad de revelación de antecedentes novedosos de un tema no tan explorado, por parte de un conocedor, famoso o no ¹⁸¹ .
Chupete Aldunate On Line	La columna no lleva firma, pero se atribuye a Chupete Aldunate, un personaje creado por el equipo de The Clinic. Se trata de un prototipo de hombre conservador, aristócrata (nótese el apellido "Aldunate), creyente de tradiciones religiosas y de una moralidad arraigada, partidario de figuras históricas de la derecha nacional y que respalda a las actuales, y contrario a posturas como las sustentadas por personeros de izquierda chilena (el Presidente de Chile es "ese marxista Lagos"), etc. Se pronuncia, desde tal perspectiva, en torno de hechos de actualidad.
La Vida de Romualdo Araya	Sección un tanto enigmática, considerando que carece de cualquier (obvia) intencionalidad, característica ésta definitoria del periódico. Efectivamente, se trata sólo de la narración quincenal de anécdotas vitales de un personaje corriente, quien narra de modo melancólico sus impresiones. En más de un sentido, podría definirse como una novela por entregas. Tal vez pueda colegirse como un intento de reflejar una vida trivial, gris y mediocre.
Detenido Desaparecido (también Ejecutado Político)	La problemática asociada al nombre de esta sección (abordada en los ejemplares en alguna de las perspectivas mencionadas) ha perdido –creemos realista afirmar- protagonismo mediático en los últimos años. La postura de The Clinic es establecerlo <i>como una presencia</i> . En tal sentido, la sección presenta un tratamiento

¹⁸¹ Titulares de entrevistas del período son: *Don Francisco según Yeruba*: "El Guatón es más Falso que Judas" (Nº75); *Fiorella, la regenta de las prostitutas más caras de Chile*: "Un país sin casas de putas no es un país" (Nº 82); *Washington Carrasco, Presidente Nacional del Instituto O'Higiniano*. Humillación y Gloria de O'Higgins" (Nº 86).

	<p>sobrio: incluye una fotografía, preferentemente íntima de un(a)(os) detenido(a)(os) desaparecido(a)(os) o ejecutado(a)(os) político(a)(os), acompañada del recuerdo sentimental de algún(os) integrante(s) de su familia. El material publicado corresponde a aportes de los cercanos del desaparecido o ejecutado. La intervención evidenciable del periódico es igual a cero: se deja hablar al familiar, sólo eso.</p>
IV Reich	<p>En sus primeras entregas (la sección se inicia a fines del 2000, a partir del ejemplar n° 38), su autor (por entonces, bajo el seudónimo Max Debrod) define a este IV Reich como "La Prensa en Chile". En esta columna, Roberto Brodsky¹⁸², el posteriormente revelado redactor responsable, aborda ciertos sucesos de actualidad nacional y/o internacional y los examina de modo exhaustivo. Autor de prosa decorosa, exacta y minuciosa, Brodsky presenta una de las secciones de mayor peso argumentativo de The Clinic.</p>
Los 100 Personajes Menos Influyentes de Chile	<p>La apuesta de The Clinic consiste en conceder, número a número, tribuna a hombres y mujeres autodefinidos por rasgos astronómicamente distantes de lo que puede considerarse un <i>individuo ganador</i> en el actual Chile exitista y materialista.</p> <p>Pese a su carácter, la presentación de los personajes nos los muestra como entrañables e incluso idealistas. A primera vista, romance con personalidades marginales, la táctica de The Clinic se sustenta en primer término de nuevo en la parodia, en este caso, a una edición especial de revista Paula de hace un par de años que presentaba a los <i>líderes del país</i>, los 100 personajes más influyentes de Chile.</p> <p>El primer personaje apareció en el n° 50. Era Dios quien declaraba "Me perdí la fe".</p> <p>(El último n° de la muestra escogida para esta Tesis nos presentaba al N° 49: Juan Manuel. "<i>No me llamen Ciber Chanta</i>").</p>
Arriba de la Pelota	<p>La sección ocupa una página de la publicación, repleta de datos históricos y anécdotas cuestionables de dirigentes, deportistas, etc., vinculados con la "historia negra" del deporte de apoyo más multitudinario del país: el fútbol.</p>
Puzzle	<p>Apartado tradicional en la prensa del país, en The Clinic está enfocado a temáticas determinadas, las que, al ser asociadas con las fotografías incluidas permiten inferir el sarcasmo de toda su enunciación. Nótese, por ejemplo, la ironía en las comillas de la proposición <i>A los "Líderes"</i>, al verse acompañada por cuatro retratos de: George Bush, Carlos Ménem, Joaquín Lavín, y Jorge Medina (Puzzle, N° 86).</p>

¹⁸² Ver en anexo 2 una entrevista realizada a Brodsky por el autor de esta tesis.

La Carne	<p>Como en muchas secciones del periódico, el efecto buscado puede ser interpretado sólo en unión de texto y fotografía. "La Carne" nos presenta la visión de una mujer liberada de tabúes sexuales -la fotografía nos presenta a una joven en ropa interior, de rostro con expresión sexy, etc.- que razona y narra sus tentativas en torno a su experimentación en el área de la sexualidad. Más allá de lo obvio que resulta pensar esta sección como una mera estrategia de atractivo comercial, una lectura más acuciosa puede permitir pensarla como una exaltación de un discurso de apoyo a una emancipación de la sexualidad femenina; en desmedro del tradicional machismo nacional.</p>
Me Lo Dijo Adela	<p>"Adela" es otro de los personajes "prototipo" propuestos por el periódico, aunque, como se sabe, es reconocido en la tradición chilena.</p> <p>En pocas palabras, se le ofrece la palabra en su calidad de <i>chismosa por excelencia</i>. Su función es "contar" determinados hechos y sucesos privados de personas o instituciones nacionales, que, al hacerse públicos, los dejan muy mal parados. La fotografía nos muestra a una risueña ancianita con enormes lentes delante de unos ojos de picaresca expresión. En The Clinic se la define no tan condescendentemente: Adela es la "vieja curada" (n° 75); "esta borracha infame" (n° 82); una "vieja alcahueta y mal intencionada" (n° 84); etc.</p>
Consejos Integrales	<p>Este apartado prosigue una tradición comunicacional de un redactor que trata de orientar a lectores que le consultan.</p> <p>Sin embargo, en este caso el "consejero" es -si creemos a la fotografía que presenta su rostro en la sección- un gordo de sonrisa ladina, enmarcada por un grueso bigote, y que usa lentes estafalarios... es decir, alguien de quien se podría esperar cualquier cosa menos una buena recomendación. De hecho, estos "Consejos Integrales" proponen de todo, menos soluciones enaltecedoras. Pese a que el "consejero", alias <i>Titan do Nascimento</i> (y ex redactor de una sección antecesora, el "Choróscopo), responde todas sus consultas, intercalando vocativos insultantes y garabatos a granel, recibe un seguimiento fiel de múltiples lectores, quienes realizan las preguntas más descabelladas y a menudo le siguen el juego e incurrir en su mismo léxico barriobajero (o popular, si se quiere). La sección,</p>

¹⁸³ A modo de ejemplo de lo anterior, se transcribe el "Consejo Integral" aparecido en el n° 84 (22-08-2002) de The Clinic. Su tema central se refiere a la "Carta A Los Chilenos", con la que Augusto Pinochet se despidió masivamente de su actividad pública. (Los subrayados son nuestros):

	indiscutiblemente humorística, podría pecar de insustancial de no ser porque muchas respuestas conllevan llamativas reflexiones sobre nuestra contingencia ¹⁸³ .
Columna de Pedro Lemebel	<p>Pedro Lemebel es, a nuestro juicio, alguien que representa de buen modo lo que llamaríamos prototipo de actitud y posicionamiento contracultural de The Clinic¹⁸⁴, en tanto notorio defensor de actores o temáticas proscritos o marginados.</p> <p>Sus textos en The Clinic, ubicados en la contraportada del periódico, constituyen una segura garantía de venta, considerando que su prosa tiene adeptos incondicionales. Si pudiera definirse la actitud de éstos, podría postularse que la escritura de Lemebel <i>conecta</i> con el pensar y sentir de parte importante de grupos críticos con respecto a lo que sucede en el seno socio-cultural del país.</p>

Titan:

Quisiera saber qué opinas de la burla que hizo el viejo del Pinocho con la cagá de carta que escribí; es muy cara de raja el huevón, este país esta lleno de caras de raja como Pinocho, el Dragicevic, la Ivette Vergara, el Lavín y ese ahuevonado del marido de la regalona. ¿Qué podemos hacer para que no proliferen? Contéstame y dame tu opinión, guatón fome, a ver si eres capaz de dar una respuesta buena. *Cachencho*.

Respuesta:

Soy raro, hueón, odiai al viejo, pero le decí "Pinocho". Ahí estamos mal. Eso le pasa a la mitad de los chilenos, culiao, aunque te duela. La carta es como las hueas, obvio, es peor que la tuya; los milicos no saben escribir y los abogados, menos. No te preocupí tanto, hueón, ha escrito tantas cartas el viejo maricón que ya dan lo mismo. En cuanto a lo otro, si querí que no proliferen los hueones en Chile, ponte a leer y a pensar; porque voh podí convertirte en uno de ellos y pintai pa' rey de los huevones.

¹⁸⁴ (Por otra parte, Lemebel es una "figura" indiscutida dentro de los redactores del medio, claramente identificable por los lectores, en tanto, además, autor de libros del género denominado "Crónica Urbana", varios de los cuales se han convertido en éxito de venta.

En un aspecto complementario, su periplo vital -que incluye su participación en la realización de "Acciones de Arte" como integrante del grupo "Las Yeguas del Apocalipsis", durante la década de los '80, y, en años recientes constituir una de las caras visibles de la campaña presidencial de la comunista Gladys Marín- ha permitido identificarlo como figura pública dentro de la cultura contestaria del país).

5. 5. ANALISIS

5.5.1.- THE CLINIC N° 75 **(jueves 18 de abril de 2002)**

I.- PORTADA:

I.I.- TITULAR:

CENSO 2002: NO TODOS CONTAMOS *FALTAN CENSISTAS* *SOBRAN CENSORES*

ANÁLISIS:

El titular se plantea sobre la contraposición de dos extremos establecidos en las palabras "Faltan" y "Sobran". ¿Qué faltan? Censistas. ¿Qué sobran? Censores.

He ahí la primera proposición crítica establecida en el titular: sobran censores. Es más: éste es el enunciado fundamental de todo lo propuesto en la portada: reiteremos, a juicio del periódico, existen en Chile "censores", los que, por añadidura, "sobran". Según el Diccionario Larousse Ilustrado, un censor es un "*crítico*", además es "*el que está encargado, por la autoridad competente, del examen de libros, periódicos, etc., desde el punto de vista moral o político*".

Ante esto, es necesario recordar que a lo largo de su trayectoria The Clinic ha propendido a una búsqueda de liberalización formal y temática con el fin de expresar tendencias sociales recientes en el país, tales como el descrédito del mundo político, una crítica a la ortodoxia religiosa, la puesta en agenda de discusiones en torno de temas valóricos (divorcio, aborto, etc.), la denuncia de violencia durante el régimen militar de Pinochet, una cierta tendencia al hedonismo y a la dispersión de experiencias sexuales, un incremento de la desinhibición del lenguaje, etc.

En no pocos sentidos, tal es, a grueso modo, la visión del Chile actual que observa The Clinic. Su reiteración de tales temas incluso nos permite colegir que esta es su percepción "ideal" del camino que debe emprender la sociedad del país. En ese sentido, la expresión "sobran censores" denuncia la existencia de "encargados por una autoridad" para examinar (y cuestionar) estas tendencias liberalizadoras que el periódico constata (y plantea reflejar) en nuestro país.

Por otra parte, la proposición "Faltan censistas", se emplea con el fin de contrastar el dato opinativo sobre "los censores" con un hecho cierto: una petición gubernamental de apoyo ciudadano para reclutar personas para realizar tal labor durante el último Censo Nacional de población.

Sin embargo, el epígrafe del titular indica otra toma de posiciones. El eslogan de la campaña de la penúltima Teletón fue "Todos Contamos", The Clinic plantea lo contrario: que en Chile "No todos Contamos".

Ello se plantea como una denuncia de exclusión social, por la cual *"no todos seríamos chilenos"*. Puede uno preguntarse, entonces ¿quiénes no son chilenos? Guiándonos estrictamente por el titular (y la fotografía que le acompaña y que luego será analizada), la conclusión es que *los chilenos cuestionables como tal serían todos aquellos que por su actuación o creencia habrían de ser objeto de reprensión de los "censores"*.

No obstante, es en la página 3 de esta edición en donde encontramos nuevos antecedentes para una respuesta. En la sección de "noticias ficticias" encontramos la siguiente:

"POCOS, PERO BUENOS" SERÁ EL LEMA
Censo no contará a los
pungas

"¡Qué se cuenten sólo!", dijo indignado, una autoridad de gobierno.

"Los pungas" son, en jerga "popular", los asaltantes, pero aquellos que realizan robos a baja escala (a menudo con armas cortopunzantes), de apariencia atemorizadora, provenientes de poblaciones marginales, etc. Entonces, esta nueva exclusión apuntaría a dejar de lado a los ladrones de baja monta, muchos de los cuales, es cierto, roban por necesidad y son pobres. Se comprende, en tal sentido, la ironía de que el anuncio provenga desde el gobierno que es, idealmente, "de todos los chilenos"...

III.- FOTOGRAFÍA DE PORTADA:



ANALISIS.-

La imagen nos muestra a un grupo de personas, pero se trata de una congregación muy particular. Sus tamaños, además, son variables en la foto. Están dispuestos a manera de collage, sobrepuestamente.

Dentro del total de figuras, aparecen sólo tres del todo reconocibles, en el siguiente orden, de acuerdo con su tamaño y cercanía visual para el lector: Monseñor Jorge Medina, el cura Raúl Hasbún y Joaquín Lavín.

Los tres han sido profusamente satirizados por el periódico The Clinic, analizándose sus dichos y lo que estos ocultan tras una aparente moralidad y ecuanimidad, en el caso de los dos primeros, y compromiso y laboriosidad, en el caso de Lavín. Es más, a modo de ejemplo, se pueden nombrar las siguientes menciones hechas en The Clinic:

- a) **Medina:** el periódico dedicó un suplemento completo a las actividades del Monseñor. ¿Su título? "Dios Te Salve Medina". (El Mercurio, jueves 28 de abril de 2002).
- b) **Raúl Hasbún:** además de dedicar muchos de los primeros números a reproducir prédicas del cura, fuera de contexto y subrayándose así paradojas en su discurso (sección "Lo Dijo Hasbún"), el periódico lo retrató en una tapa¹⁸⁵ con el siguiente titular calificativo: "Enemigo Público N° 2. Acólito del fascismo, monaguillo de la Dina y sacristán de la dictadura. Chile clama: ¡Que cuelgue sus malos hábitos!"
- c) **Lavín:** además de publicar durante varias ediciones una infografía con su rostro surgiendo de un cuerpo de bebé, en la que se ridiculizaban sus acciones como alcalde de Santiago (sección "La Guagua"), The Clinic publicó un suplemento -

"Por Este", The Clinic N° 81, 11 de julio de 2002- titulado "Lavín: Ni Fu ni Fa". Existe además una portada alusiva a su visita a Cuba durante este año. Su vestimenta era una réplica de la de Fidel Castro. Se tituló "Fidel Tipo Salmón"...

En resumidas cuentas, a Lavín se le acusa de ser una suerte de "lobo con piel de oveja", que oculta tras filantrópicas acciones su relación con la derecha política más severa... ¡y censora!

Paradójicamente, dentro del total de retratados ellos son los únicos que sonríen...

Mas, no son los únicos censores. La fotografía nos presenta a otros a quienes The Clinic califica de tales. Son: amenazadores militares alineados, con cascos y rifles; y una procesión de religiosos de baja jerarquía (uno de ellos usa lentes oscuros, a semejanza usanza de la de los integrantes de organismos de inteligencia de la Dictadura).

Sin embargo, es la imagen más grande, en la parte inferior de la fotografía y al centro, la que clarifica todo este puzzle. En efecto, ¿qué sentido tiene la labor de los *censores* sin un sujeto *contra* el que enfocarse? Pues bien, este sujeto nos es presentado por The Clinic con el rostro de un apesadumbrado veinteañero, de mirada perdida y expresión desdichada¹⁸⁶. Usa un corte de pelo tradicional, sin ningún tipo de distinción especial en la apariencia de su rostro, lo que muestra una propensión del periódico de simbolizar a un ciudadano cualquiera; es decir, **cualquier chileno puede ser objeto de la represión de los censores.**

¹⁸⁵ The Clinic N° 43, jueves 25 de enero de 2001.

¹⁸⁶ Nótese: el censurado está apesadumbrado: sólo los tres "censores" principales sonríen...

I.III.-ENUNCIADOS ADJUNTOS EN PARTE INFERIOR DE FOTOGRAFÍA DE PORTADA:

Bajo la fotografía, en una suerte de "lectura de foto", se registra:

EXCOMULGADOS RECLAMAN: "CENSO SEGURO, VOTE NO CATÓLICO" • EVANGÉLICOS EN CAMPAÑA: "CHIIILE, LOS CANUTOS YA VIEEENEN" • ADELANTO DEL CENSO: 95,3% SON CATÓLICOS, APESTÓLICOS, INHUMANOS • ALERTA CONTINENTAL POR REGRESO DE CHAVEZ: VUELVE DE LA RÚA, VUELVE BUCARAM, VUELVE MENEM, VUELVE FUJIMORI... ¡¡VUELVE FREI!! COLOR DE MELLO, NORIEGA Y ALLAN GARCÍA ESTARÍAN A LA COLA.

ANALISIS.-

- **EXCOMULGADOS RECLAMAN: "CENSO SEGURO, VOTE NO CATÓLICO".-** El recurso -ironía sin mención explícita, según la nomenclatura del analista de contenido Jorge Lozano- implica conocer cierta información contenida en el interior del periódico. En efecto, en su pág. 7 (artículo "¿Quién quiere ser católico?") se informa que *"En El Mercurio del 7 de abril apareció un extenso artículo aclarando la posición de la Iglesia Católica y en el que se asegura que hasta los excomulgados deben declararse católicos"*.

Según el artículo de The Clinic, la propuesta tendería a que la Iglesia Católica no disminuyera adeptos durante el Censo 2002¹⁸⁷. Pero he aquí que hasta estos mismos excomulgados -a los que se les ofrece ser considerados miembros de la Iglesia mayoritaria de Chile- se niegan: incluso ellos se

¹⁸⁷ Sirva la siguiente información como complemento: *"El resultado del Censo 2002 no es un dato menor para la Iglesia Católica. Es la medición nacional más importante que se realiza década tras década. Se efectuará, además, en un escenario en que personeros del INE ya prevén un aumento de la población que se declara evangélica. Y, más aún, cuando La Moneda está impulsando temas claves y contrarios a la doctrina de la Iglesia Católica, como el divorcio, el uso de la "píldora del día después" o la eutanasia"*, diario La Tercera, pág. 3, 4 de abril de 2002.

declararán no católicos. La inferencia es: para The Clinic el catolicismo es una religión universalmente rehusable.

•**EVANGÉLICOS EN CAMPAÑA: "CHIIIILE, LOS CANUTOS YA VIEEENEN".-** Nuevo rebajamiento de la eventual adhesión ciudadana al catolicismo. Se trata ahora del sector evangélico ("Canutos" en el enunciado), de progresiva presencia en nuestra sociedad -difunden prédicas incluso por la señal de TV de Canal 2-. Ellos se encontrarían "en Campaña", de ahí que se entienda la búsqueda paródica de registrar el lema de la campaña de la Concertación antes del plebiscito de 1989 que, como se sabe, condujo al fin de una Dictadura y al inicio de una nueva forma de gobierno mayoritario. Los evangélicos, entonces, estarían optando a derrotar la tiranía católica: tal desafío aparece lejos de ser criticado por The Clinic.

•**ADELANTO DEL CENSO: 95,3% SON CATÓLICOS, APESTÓLICOS, INHUMANOS.-** La alusión -se trata de una parodia de "Católico, Apostólico, Romano- es clara: ya que la mayoría del país se declara católico, esto traería aparejado otras características: ser "apestólico" e "inhumano". Más allá de la mera rima que equipara los términos, vale la pena decir que "apestólico" es una paráfrasis de un modismo juvenil: "apestoso"; vale decir, todo aquel cuya compañía irrita, produce rechazo y degrada. Con respecto a "inhumano", no parece necesaria mayor explicación.

(Por último, cabe reseñar que en la sección "Noticias Ficticias" se incluye un agregado a esta interpretación. La "noticia" -invalidando incluso la pertinencia científica de la estadística- informa que el censo arrojará como resultados: *95,3%¹⁸⁸ Somos tarados. 125% Somos Católicos. -0,5 Odian a la Iglesia).*

¹⁸⁸ (Es la misma cifra de los que se declararían católicos, según el "Adelanto del Censo" del enunciado analizado de esta portada de The Clinic).

•ALERTA CONTINENTAL POR REGRESO DE CHAVEZ: VUELVE DE LA RÚA, VUELVE BUCARAM, VUELVE MENEM, VUELVE FUJIMORI..
¡¡VUELVE FREI!! COLOR DE MELLO, NORIEGA Y ALLAN GARCÍA ESTARÍAN A LA COLA.- El enunciado se aleja diametralmente del macrotema "crítica al catolicismo". Se trata, en todo caso, de una ridiculización del temor de muchos de los que íntima o abiertamente apoyaron el golpe militar que derrocó por unos días al presidente venezolano Hugo Chavez. Su retorno al poder provocaría entonces para estos temerosos, el regreso de un grupo de mandatarios cuestionados. Entre estos, destaca (la alerta lo registra con exclamación) el ex mandatario chileno Eduardo Frei Ruiz Tagle, blanco reiterado de ridículo por The Clinic, medio que calificó negativamente su mandato, entre otros determinantes.

161

- Uruguay: *"le sigue de cerca"*;

¹⁸⁹ El tema será abordado en el N° siguiente del periódico (N° 76 de 2 de mayo de 2002) cuya portada expresó: *"Ni en Dictadura era tan rasca/ ¡¡EN LA TELE ESTÁ LA ZORRA!!"*.

162

II.- EDITORIAL

II.I.- ASPECTOS FORMALES.-

- **TÍTULO DE EDITORIAL:** "El Show debe Continuar".
- **Autor:** Patricio Fernández.
- **Nº de página en Edición:** 5.
- **Nº de columnas de Editorial:** 4
- **Párrafos de Editorial:** 3

II.II.- DESCRIPCIÓN DE ESTRUCTURA TEMÁTICA **(conjunto jerárquico de temas):**

Esta Editorial se plantea sobre la base del contraste de violentos sucesos a nivel internacional y lo que por esos días ocupó no pocos comentarios en la prensa nacional: nos referimos al explosivo aumento de la cobertura de temáticas enmarcadas en la llamada "farándula criolla"¹⁸⁹.

Está estructurado sobre la base de una larga enunciación de la realidad exterior, enfocada ésta como un compendio de diversas agresiones. Tal exposición está planteada en las primeras líneas: *"Las noticias otra vez nos están mostrando el mundo convulsionado. El mundo o esa parte que de él conocemos"*.

Tal anuncio antecede a la desencantada descripción de Fernández de la historia reciente de cuatro países latinoamericanos:

- Argentina: *"está en la ruina (...) mientras los políticos que se lo llevaron (dineros retenidos) se lo gastan quién sabe en qué";*
- Uruguay: *"le sigue de cerca";*

¹⁸⁹ El tema será abordado en el Nº siguiente del periódico (Nº 76 de 2 de mayo de 2002) cuya portada expresó: *"Ni en Dictadura era tan rasca/ ¡¡EN LA TELE ESTÁ LA ZORRA!!"*.

- Venezuela: *"ha vivido en menos de una semana matanzas callejeras, un golpe de estado, la asunción de un presidente inconstitucional y la vuelta al poder del militar derrocado"*; y
- Colombia: *"se enfrentan todos los días violencias de las más disímiles procedencias (militares, paramilitares, guerrilleras, narcotraficantes, carteristas)"*.

Eso, en Latinoamérica. Pero para la presentación editorialista en el resto del mundo también se suceden conflictos. El panorama es descrito brevemente, pero de modo intenso. El horror más importante de los últimos años se ha desplazado a la violencia en Israel, indeteniblemente:

"Los espantos se suceden con tal velocidad que a estas alturas la caída de las Torres Gemelas nos parecen un evento lejanísimo. (...) Y todo lo vemos prácticamente en vivo y en directo. Desde esas pioneras transmisiones de los bombardeos durante la Guerra del Golfo, nuestros dormitorios y espacios familiares no han dejado de presenciar fatalidades en el momento mismo en que sus protagonistas las padecen" (los subrayados son nuestros).

En esta declaración puede recalcarse que de las palabras del editorialista es el hecho de que la "velocidad" con la que se suceden los "espantos" provoca el amortiguamiento de hechos que resultan francamente incalculables en su real dramatismo, como lo puede ser la caída de las Torres Gemelas, las que ante una avalancha de horrores hoy "nos parecen un evento lejanísimo".

Pero aquello no es todo. La editorial deja patente que el horror circundante ya no es un mero relato escritural, ni una historia contada por terceros; no, este es visto casi en vivo y en directo, y lo que es más, de modo que se convierte en una experiencia "práctica". Yendo aún más lejos, Fernández plantea esta idea pesadillesca: las violencias, los horrores, los miedos, las turbaciones y las muertes ya

no involucran sólo a sus actores, sino que amplían el campo de participación convirtiendo la guerra en un conflicto ya también privado.

No obstante, he aquí que también entra en juego un morbo, una insensibilidad, una apatía ante este horror que se ha vuelto "familiar". Y tales actitudes, se plantea en el Editorial, son todo menos filantrópicas; vale decir, el *conocer las atrocidades* no nos ha hecho más comprensivos, por el contrario:

"Hemos acompañado el llanto de miles de niños con un vaso de cerveza en la mano y contemplado con una distancia emocional infinita esos instantes que nada ni nadie podrá borrar de sus cabezas".

Se trata, de todos modos, de una banalización universal propia del presente momento histórico, en el que, siguiendo el célebre título de un libro del teórico Marshall Berman, "todo lo sólido se desvanece en el aire".

En el presente caso, la gran responsable de este fenómeno es la televisión, su bombardeo informativo y su heterogeneidad casi esquizoide. El conflicto fundamental es que tal involucramiento se ha vuelto irremisible, y nos moldea, nos insensibiliza, independientemente de nuestra voluntad:

"La televisión da para todo, y cada día más nosotros somos la televisión y sus alrededores, con seriedades vueltas frívolas y frivolidades vueltas serias.

Nos guste o no, estamos presos en el mundo del espectáculo. Y aunque el mundo se caiga a pedazos, el show debe continuar" (el subrayado es nuestro).

II.III.- MENCIÓN EXPLÍCITA O ALUSIÓN DE PERSONAJES O GRUPOS HUMANOS NACIONALES O INTERNACIONALES (en torno de ellos ¿el editorialista expresa adhesión, legitimación, rechazo u otro?).

En el texto se hacen las siguientes menciones o alusiones:

- En primer lugar (columna N° 2), en un singular recordatorio de los meses posteriores a los atentados del 11 de septiembre de 2001 en Nueva York, se cita a Ossama Bin Ladden. Lo que llama la atención es la abierta postura del editorialista por el devenir de quienes se responsabilizaron del hecho, lance claramente anexo a la constante a través de la historia del periódico de sustentar una actitud contraria a las políticas gubernativas de Estados Unidos. Pero este apoyo a estos enemigos del gobierno de George Bush, ya ni siquiera es positivo de ser sustentado en el tiempo: el olvido juega en contra:

"De Ossama (Bin Ladden) y los arrasados en Afganistán ya no se acuerda nadie, salvo los familiares de las víctimas".

- Posteriormente, también en el macrotema "conflictos internacionales", el nombrado es el Primer Ministro israelí Ariel Sharon. La censura del editorial le acusa de sustentar un ocultamiento de la diferencia de fuerzas desplegadas en territorio palestino:

"El ejército de Sharón ha obstaculizado el trabajo periodístico (...) ¿Por qué? (...) Porque a ningún mortal con el alma viva le parece que tanques contra piedras, rifles o petardos constituyan una guerra justa. De un lado, militares uniformados y cargados hasta los dientes; del otro, civiles desesperados con un pañuelo entre la nariz y la pera".

- Por último (columna N° 3), la editorial menciona a cuatro personajes de contingencia del "mundo del espectáculo por esos días en el país, pero la misma referencia les relativiza, al tomarlos como ejemplos de una actualidad nacional preocupada de lo que se convenido en llamar "noticias de farándula". El doloroso sarcasmo presente a lo largo del texto, acá alcanza una de sus más elocuentes expresiones, al presentarse como equiparables la violencia mundial con los hechos de chismografía de espectáculo nacional (se puede deducir de tal forzada comparación que tal es uno de los principales sentidos del título del texto: "El show debe continuar"):

"Para nosotros son sólo noticias, noticias que hay que conocer para poder mantener una buena conversación de salón cuando en los salones la conversación se pone seria, noticias tan importantes como que Titi Ahubert se peleó con Carolina Julio o el musculoso Cristián de la Fuente con el delicado de Passalacqua¹⁹⁰".

¹⁹⁰ Las discusiones entre los personajes presentados pueden resumirse, en el caso de Ahubert (modelo) y Julio (periodista) en una disputa, en el programa de TVN De Pé a Pá, en torno de la relación de ambas con el cantante mexicano Cristian Castro; en el segundo, en la discusión entre De la Fuente (actor) y Passalacqua (periodista de espectáculos), en el programa de TVN Noche de Juegos, sobre, entre otros, la calidad actuarial del primero y la respetabilidad profesional del segundo, amén de un cuestionamiento mutuo del carácter de la sexualidad del otro: tales insubstancialidades son la matriz del cuestionamiento en el Editorial de The Clinic.

I.- PORTADA:

II.- TITULAR:

MENSAJE DEL 21 de MAYO

**¡MUCHACHOS EL
BILLETE ES DESIGUAL!**

ANALISIS

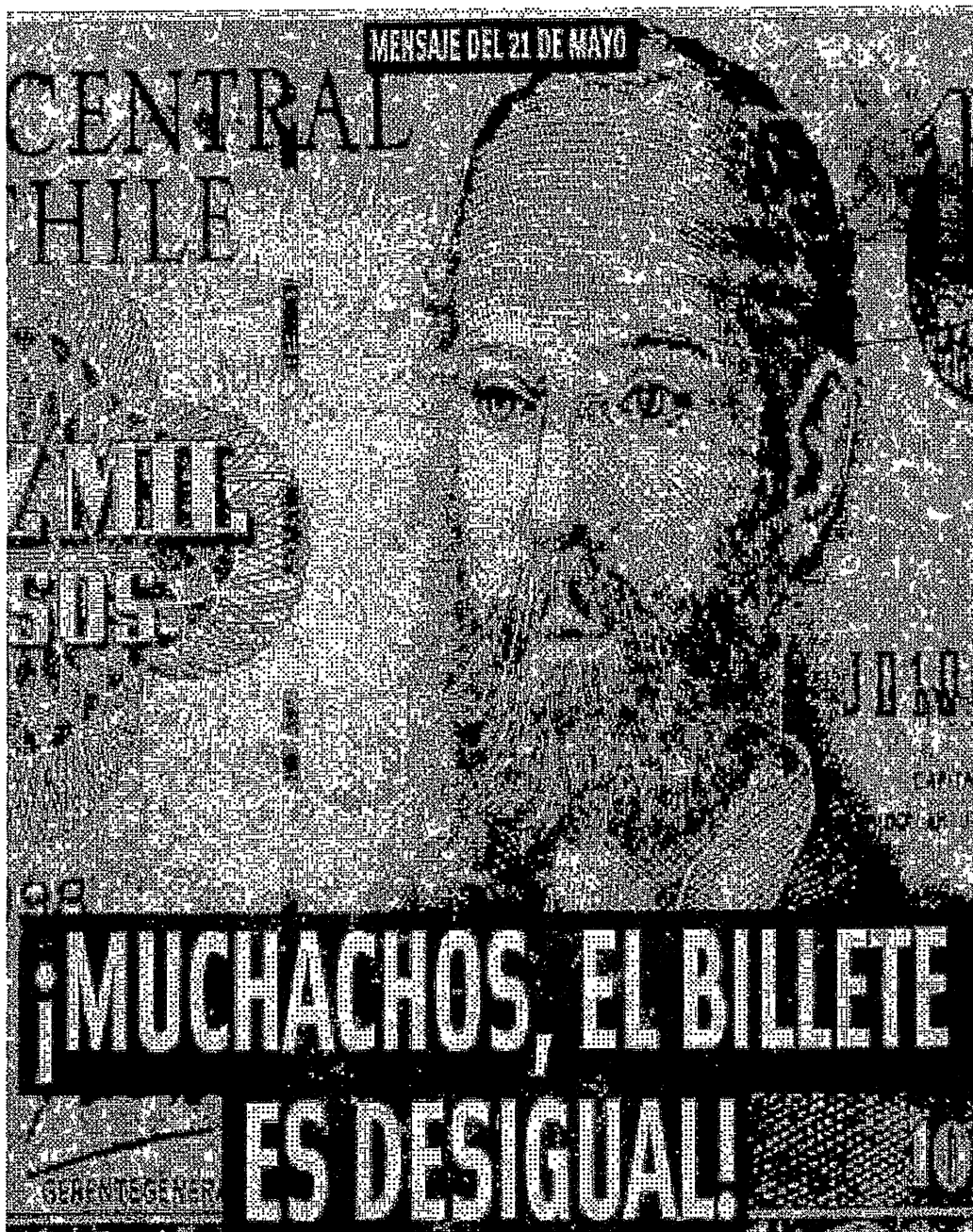
Cada 21 de mayo el Presidente de Chile, ante miembros del Congreso Nacional, entrega una cuenta pública del estado de la nación y realiza anuncios de iniciativas por venir. En tal fecha, como es sabido, se conmemora además el combate naval de Iquique.

Circunscribiéndonos a la información textual, advertimos que The Clinic pronostica -la edición es del 16 de mayo- que la idea fuerza del mencionado discurso será "¡Muchachos, el billete es desigual!".

Como ya se dijo, este mensaje tiene como destinatario a todo el país. Entonces, lo que se le estaría anunciando es que la igualdad económica -y por ende laboral, de salarios y oportunidades, etc.- resulta quimérica. El discurso, entonces y pese a las posibles buenas intenciones gubernativas, se vería obligado a admitir ciertos impedimentos en la realización de iniciativas sociales.

Hasta aquí, estamos en el ámbito de la alusión y la metáfora. Lo que realmente se comunica con esta incidental alocución del Presidente Lagos es que éste reconocería al país que las instancias de cambio igualitario se verían truncadas por los poseedores de la riqueza del país, aquellos que, equilibrando la balanza a su lado, generarían la desigualdad. El empresariado nacional (El "Billete", según el titular) sería en este caso el adversario del país.

I.II.- FOTOGRAFIA DE PORTADA:



ANALISIS:

En este caso, la fotografía no posee mayor autonomía significativa: complementa el titular y le refuerza: no propone una lectura del todo independiente, entre otras razones, por tratarse de un elemento existente y seccionado, sin presentar mayor intervención por parte del periódico (por otra parte, sin embargo, reconocemos que tal hipótesis pueda estar mal encaminada y que la fuerza expresiva de la imagen radique exactamente en su no tratamiento y simpleza).

La fotografía de la portada N° 77 de The Clinic nos presenta la ampliación y seccionamiento de un billete de \$10 mil. El fragmento contiene ciertos indicadores reconocibles de un papel moneda, pero significativamente no se registra en específico su valor, de lo que puede colegirse que la alusión apunta al billete como expresión de dinero en general.

Lo explicativo de la imagen -y lo que justifica su inclusión como complemento del título- es que este billete tiene a Arturo Prat Chacón como personaje representativo.

Es en este momento de intersección en donde titular y foto cobran pleno sentido. En efecto, si asociamos la célebre frase atribuida a Prat durante el combate naval de Iquique -¡COMPAÑEROS, LA CONTIENDA ES DESIGUAL!- con el titular -¡MUCHACHOS, EL BILLETE ES DESIGUAL!- tenemos:

**¡MUCHACHOS, LA "CONTIENDA/
BILLETE" ES DESIGUAL!**

Sigamos con lo planteado por The Clinic. Nos percataremos de que de ser Ricardo Lagos quien pronunciaría tal arenga, estaría instando a los chilenos a luchar

en contra de quienes con su afán lucrativo generan desigualdad social. Lo heroico, épico incluso, de la proclama radicaría en la alusión histórica de que el país se encontraría frente a los ricos y poderosos en una "contienda desigual".

En resumidas cuentas, esta portada tiene, a nuestro juicio, una doble lectura: plantea una crítica al empresariado que se opone tenazmente a la aprobación de leyes de beneficio social y establece una base de apoyo al gobierno de Lagos en cualquier posible intento por generar equivalencia de oportunidades para la población.

I.III.- ENUNCIADOS ADJUNTOS EN PARTE INFERIOR DE FOTOGRAFÍA DE PORTADA :

<p>PLAN AUGE ES MÁS MULA QUE "PLAN Z" * MILITARES PROPONEN PLAN CONDOR PARA TERMINAR CON LOS ENFERMOS * SE ACABÓ EL SUEÑO DE TOMAR EN LA CALLE: EL GOBIERNO PREFIERE SEGUIR TOMANDO EN LA MONEDA * LAGOS ANUNCIA FIN DEL AUMENTO DE LA DISMINUCIÓN DEL DESEMPLEO. ANALISTAS ESTUDIAN LA MEDIDA.</p>
--

ANALISIS:

- **PLAN AUGE ES MÁS MULA QUE "PLAN Z".-** Para comprender la inclusión de este enunciado (y el siguiente), es necesario saber que en la sección "La Portada Que No Fue" se muestra una eventual portada para este N° 77 con el titular "PLAN AUGE NOS TIENE ENFERMOS DE LOS NERVIOS". Con tal asunto como tema fundamental, se percibe la táctica de mostrar un cierto malestar de la publicación para con este punto esencial de la Reforma de Salud impulsada

por el gobierno, pese a que tal disposición está desmentida sólo 4 páginas más adelante en la editorial del ejemplar (comentada en páginas próximas).

Ahora bien, para dilucidar la propuesta es necesario reseñar que el "PLAN Z" fue el nombre que recibió una supuesta gran insurrección armada por parte de comunistas y socialistas a finales del gobierno de Allende, con la que el golpe militar del 11 de septiembre de 1973 intentó autojustificarse. En síntesis, se trataría de una intentona de "autogolpe" por parte del gobierno de Allende, que tenía como uno de sus puntos centrales el exterminio de las cúpulas militares de la época. Se trató de una estrategia tan macabra por parte de los militares golpistas que incluso incluyó la versión de que existía un llamado soterrado a la revolución en la marca de cigarrillos "MONZA", cuya inversión permitía leer "Z NOW", vale decir, "Zeta Ahora".

Que el enunciado de The Clinic apunte a comparar el AUGÉ con este "Plan Z", implica, primero, que la publicación ironiza sobre supuestos rasgos advenedizos, engañosos y artificiales del primero; y, segundo, que plantea una similar relectura del golpe de Estado. Para entenderlo, debe decirse que "mula", más allá de su significado literal, es un modismo actual que remite a una atribución perniciosa que podría traducirse como "copia insuficiente y mezquina", y, por extensión, como todo lo evidencialmente deficiente.

- **MILITARES PROPONEN PLAN CONDOR PARA TERMINAR CON LOS ENFERMOS.-** Este enunciado retoma la previa interpretación de nuestra historia al apuntar que la "Operación -no "Plan"- Condor" (asociación represiva conjunta de las dictaduras de Chile, Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay y articulada durante los años 70 y parte de los 80 con el fin de eliminar elementos de izquierda supuestamente "subversivos") fue una mera estrategia por parte de la Dictadura de Pinochet cuya búsqueda de exterminación del "cáncer marxista" sólo incurrió en una vil matanza.

Por tal razón, el que los militares chilenos de la actualidad propongan la vuelta a un "PLAN CONDOR" para "terminar con los enfermos" sólo les indica como renegadores del actual contexto democrático y añorantes del poder autoritario.

En pocas palabras: en nuestro país, para The Clinic, los militares en democracia seguirían siendo esencial e intrínsecamente brutales asesinos en potencia.

- **SE ACABÓ EL SUEÑO DE TOMAR EN LA CALLE: EL GOBIERNO PREFERE SEGUIR TOMANDO EN LA MONEDA.**- Más allá de una justificación de la embriaguez callejera, lo que The Clinic defiende por esos días con su apoyo a una eventual despenalización del consumo de alcohol en las calles es su aval al ejercicio de las libertades individuales. En efecto, su crítica ante la deposición en el Congreso de la indicación por la que los ebrios callejeros no serían detenidos sino que llevados a su casa o a un centro asistencial apunta al posterior regocijo por tal prohibición de sectores conservadores retrógrados y aferrados a usanzas autoritarias del pasado pinochetista. Porque ellos ni siquiera valorarían que los tribunales de justicia se vieran exentos de tramitar causas por embriaguez, negativa que The Clinic increpa: en el fondo ni siquiera su preocupación por la delincuencia y el mayor desahogo de los tribunales es válido frente a su afán represor¹⁹¹.

"Quieren todo, pero lo único que desean es tener a la gente encerrada en sus casas, igual que en los setenta cuando reinaba el toque de queda"¹⁹²

¹⁹¹ Aquí encontramos otra manifestación de la querrela reiterada de The Clinic en torno a la existencia en Chile de "censores" que reprimen a la población, tal como se vio en el análisis de la portada de la edición N° 75, del 18 de abril.

¹⁹² "Sigue ley seca callejera", nota de Sección "Quinta de Recreo", pág. 6, edición analizada (N° 77, 16 de mayo).

Pero la segunda parte de esta proposición es una recriminación directa a la esfera gubernativa que retrocedió ante las presiones generadas en el caso, y que no cumplió con las aspiraciones de este particular "sueño" de la población. El gobierno, entonces, descuidada su labor en este ámbito público, se repliega en la complacencia de la embriaguez privada. La idea es desarrollada en una noticia ficticia (pág. 2) en la que se trivializa la rutina del Primer Mandatario y se le atribuye un comportamiento descuidado en el manejo económico:

EN TOMATERA PRIVATIZÓ A CUATRO
SECRETARIAS DE LA MONEDA

Lagos amaneció con la caña

"¿Qué privatizamos anoche, Nicolás?" le preguntó preocupado al Ministro de Hacienda. Hasta ahora nadie le ha sabido responder.

- **LAGOS ANUNCIA FIN DEL AUMENTO DE LA DISMINUCIÓN DEL DESEMPLEO. ANALISTAS ESTUDIAN LA MEDIDA.** Inserta en un contexto de notificaciones gubernamentales, esta es otra de las llamadas de atención que The Clinic, en su calidad de periódico adepto de la actual gestión, hace al gobierno.

En este caso, el Presidente Lagos es el sujeto actor de la proposición. Su "medida anunciada" es de consecuencias relativas pues sólo indica que ya no descenderá el desempleo en el país: no se proponen soluciones para incrementar un descenso o frenar un aumento.

Por otra, parte, el que "analistas" estudien la disposición, les sindicamos como examinadores de temas improductivos y revestidos de complejidades lingüísticas sin sustento ni base.

II.- EDITORIAL.-

II.I.- ASPECTOS FORMALES.-

- **TÍTULO DE EDITORIAL:** "Entre la Rabia y el Llanto".
- **AUTOR:** Patricio Fernández.
- **Nº de página en Edición:** 5.
- **Nº de columnas de Editorial:** 4
- **Párrafos de Editorial:** 1

II.II.- DESCRIPCIÓN DE ESTRUCTURA TEMÁTICA

(conjunto jerárquico de temas):

Tal y cómo en el caso de la Editorial antes analizada, la presente se estructura sobre la presentación de dos macrotemas, y es de tal asociación que se puede inferir la crítica general presente en el texto. Estos macrotemas -sucedidos en días anteriores a la publicación- son:

I.- La muerte de un grupo de niños en México a raíz del atropellamiento de un hombre que pretende -literalmente- deshacerse de "un obstáculo en su camino".

II.- La narración de un hecho contado al autor del Editorial: el caso de una pareja de jóvenes que debe separarse a raíz de la autoritaria conducta del padre de la muchacha -hombre rico, católico y en apariencia respetable- que ejerce su poder luego de enterarse de que su hija, soltera, está embarazada.

A primera vista, dos temas sin evidente conexión son avizorados por Patricio Fernández como caras de una misma moneda: el uso despótico de la fuerza por parte de poderosos en contra de desvalidos.

En efecto, si se observan ambos casos lo que define la acción de los que detentan el poder es atropellar, pasar por sobre la vulnerabilidad de otro.

Se trata, sin embargo a la vez, de lances inevitables. Fernández lo sabe. Sabe que la única reacción del hombre común ante esos abusos sólo tiene un intermedio, que está *"entre la rabia y el llanto"*. Mas, luego, el desengaño es mayor, y pasa a una desesperada resignación ante -como se señala al final del Editorial- *"(...) cosas que no se pueden soportar. Cosas que cuando suceden y no se pueden remediar dan simplemente ganas de llorar a mares"*.

Llama la atención el siguiente recurso estructural: la idea fuerza que reúne todo el contenido del Editorial adopta la forma de una frase casi baladí que, más encima, es disminuida por el mismo autor: es una crítica a la estructura de poderes mundiales redactada con una eficaz distancia emotiva por el redactor. Dice, al referirse al hombre que atropelló a los niños mexicanos:

"La bestia esa le había dado una lección a los vecinos de la cuadra y para conseguirlo había utilizado la macabra lógica de la fuerza, la misma, dicho sea de pasada, que suelen utilizar los estados poderosos para disuadir a los más indefensos. Pero no hablemos de alta política."
(Subrayado y énfasis nuestro)

II.III.- MENCIÓN EXPLÍCITA O ALUSIÓN DE PERSONAJES O GRUPOS HUMANOS NACIONALES O INTERNACIONALES (en torno de ellos ¿el editorialista expresa adhesión, legitimación, rechazo u otro?).

En el texto se hacen las siguientes menciones o alusiones de personajes:

- Como ya se explicó, uno de los macrotemas de este Editorial lo constituye el difundido y horrible atropello de unos niños en México por un conductor que se quejaba de que estorbaban su tránsito, hecho ocurrido en la primera semana de mayo.

Entonces, en primer lugar están **los niños**. Obviando el recurso de una adjetivación melodramática, Fernández opta por una relación de los hechos en los que éstos se ven involucrados, a todas luces como víctimas. Pero, insistimos, lo que otorga el carácter de una patente crítica es el hecho de presentarles como transeúntes, que ni siquiera se percatan de lo sucedido. Tampoco se les trata con artificiosa conmiseración: son víctimas inocentes que reciben un daño.

"Al cabo de un momento había cuatro diminutos seres humanos que no volverían a desfilar jamás y cerca de nueve que una vez rehabilitados, lo pensarían muy bien antes de hacerlo"

- **Quien atropella a los niños**, en tanto agente de una acción descrita negativamente en el Editorial, recibe, de parte del redactor, amén de adjetivaciones de repulsa ("*el autor de semejante brutalidad*", "*la bestia ésa*") líneas que sustentan su acción como propia de una mente autoritaria y repudiablemente enérgica: no se excusa, no siente remordimientos: sólo expone su cometido:

"Apareció en pantalla el autor de semejante brutalidad explicando que no era la primera vez que esa banda de marchantes obstaculizaba su trayecto. Se había quejado y no le habían hecho caso, y por eso se vio en la obligación de tomar medidas estrictas: retrocedió su vehículo unos cien metros y acelerando al máximo se dispuso a despejar la avenida. (...) La bestia esa le había dado una lección a los vecinos de la cuadra"

Nótese lo macabro de la sucesión por la que se desencadenan los hechos, realizada sobre la irrevocable base de acciones (material subrayado en párrafo) que no denotan la más mínima vacilación.

Además, si se pone la atención en el empleo de las expresiones por parte de Fernández puede inferirse aún una interpretación crítica más lúgubre: el atropellamiento de los niños fue una reacción -casi, podría decirse, la propia de un consumidor enfadado- ante una demanda no satisfecha. En pocas palabras: actualmente, la violencia a veces se ha vuelto una mera reacción ante hechos molestos, estorbos que hay que contrarrestar irreprochablemente.

LÓGICA DE ATROPELLAMIENTO DESCRITO

El responsable: Se queja → No es oído →
Atropella (mata) = Da "una lección"

- El segundo macrotema de este Editorial nos presenta a **tres personajes no identificados por sus nombres.** Se trata de una situación del ámbito privado que ha llegado a conocimiento del editorialista.

En breves términos: el caso de una joven de "buena familia" que se embaraza, por lo que su padre interviene de modo enérgico e impide la relación con la pareja de la joven -el lance, más allá de lo irrelevante que parece, es una suerte de metáfora de algo más serio que será explicado en nuestra "Descripción de estructura temática"-.

- a) El primer involucrado es presentado como "**uno de los colaboradores más jóvenes de nuestra revista**", y como profesor de "**la única universidad pontificia que hay en Chile**".

Más allá del abatimiento en que lo sume la intervención de su suegro en su relación de pareja, los pocos antecedentes que se nos entregan nos permiten definirlo como el agente paciente de una agresión ante la que se ve impotente: no realiza -por resultar en el contexto inútiles- acciones para cambiar la situación:

"El estaba en la oficina cuando supo la noticia y lo vimos alejarse del teléfono con la cabeza colgando como un saco. (...) No necesitaba ser genio para sospechar y sospechó"

- b) Su pareja es **la hija de una "adinerada familia"**, sin la voluntad suficiente para desafiar los designios de su padre. No obstante, las descripciones de su accionar no la responsabilizan de los hechos: ella es víctima de un contexto familiar en el que pesa el poder del dinero. Tampoco es digna de absolución, pues si bien la posibilidad no se plantea, puede inferirse: ella pudo desobedecer las órdenes de su padre.

Para todo efecto, ella es tan sólo "la mujercita":

"Ella, no atreviéndose a contradecirlo, le pidió a nuestro amigo que terminaran la relación. (...) luego) La mujercita, de la que a pesar de todo seguía enamorado, lo llamó para contarle que había perdido su guagua".

- c) **Es lo que representa el padre lo que merece la más viva contraposición del editorialista.**

El ejemplo es emblemático: representa en una persona exactamente lo que The Clinic ha criticado durante su historia: el denominado "doble estándar" por el que ciertos chilenos que se basan en valores de rectitud actúan a veces de un modo opuesto a sus vistosos principios.

En efecto, el padre de "la mujercita" es descrito como patriarca de una *"elegante, católica y distinguida familia"*, *"caballero"* que *"reacciona serio y molesto"* y que impone su abolengo presentándose *"con los dos apellidos"*.

Pero, a la vez, es responsable de las siguientes acciones:

- Se las arregla para *"violar el secreto bancario y revisar su estado de cuenta corriente (de la pareja de su hija), depósitos a plazo y otras minucias por el estilo"*.
- Le prohíbe al joven *"volver a entrar a sus dominios y a su hija volver a verlo"*.
- Producto de su intervención, la hija pierde a su bebé
- Se presenta en la Universidad Católica en donde el ex yerno trabaja *"para exigir que lo despidieran"*, planteando que es *"verdaderamente un escándalo que un joven como ése estuviera ahí"*.

Se comprende, entonces, adonde apuntan las críticas. A qué la "distinción" de un "hombre de familia" se contrapone con investigar las cuentas bancarias de un yerno. A qué no representa "amar al prójimo" impedirle reunirse con su novia. A qué no se respeta la vida, ni se dignifica la sagrada concepción al, por medio de presiones evitables, contribuir a la pérdida del bebé de una hija. A que tampoco es un gesto de "amor al prójimo" instar a alguien a despedir a otro hombre.

5.5.3.- THE CLINIC N° 78 (jueves 30 de mayo de 2002)

I.- PORTADA:

I.I.- TITULAR:

NOS QUIEREN SEGUIR VACUNANDO ***ISAPRES NOS SACAN LA MADRE***

ANALISIS:

- **Título:** "ISAPRES NOS SACAN LA MADRE".- En este caso, existe un doble sentido. Está, en primer lugar, la atribución insultadora de parte de las Isapres; es decir "sacar la madre". Pero lo llamativo del enunciado es la generalidad del insulto: al emplearse en el titular el término "Nos" se quiere expresar que se trata de una injuria destinada a todos los chilenos, con lo que se busca subrayar que el tema sanitario debe ser enfrentado por el todo social y no sólo por los legisladores e instancias de salud.
- **Epígrafe:** "NOS QUIEREN SEGUIR VACUNANDO". Su estratagema está dada por la polisemia del término "vacunar". En sentido lato, podría apuntarse al mero acto relacionado médicamente con la palabra. No obstante, al atender que "vacunar" posee un significado peyorativo en el habla coloquial, se percibe la doble lectura propuesta. En efecto, a la primera -inocente- se agrega el hecho de que "vacunar" también es el responsabilizar a alguien de actuar como timador.

Luego de esto es que se aclara el significado. Lo que el enunciado plantea es:
"(Las Isapres) Nos Quieren Seguir Robando (o estafando, o embaucando, etc)".

I.II.- FOTOGRAFIA DE PORTADA:



ANALISIS:

En primer lugar, podemos establecer que esta portada se plantea como un reproche a la actitud tomada por los dueños de Isapres en el marco de la Reforma de Salud impulsada por el gobierno de Ricardo Lagos. Tal posición está explicada en la Editorial de este número, que será luego comentada. La portada anuncia; la Editorial, refuerza.

Es necesario, ante todo, atender a la imagen. Se trata de un recuadro que muestra a un bebé con una expresión enfadada. Pero lo que explicita y da sentido irónico al titular de la portada es la mano del bebé, la que se presenta empuñada, salvo el dedo medio que está alzado. Inserta en un grupo de insultos no verbales, tal posición apunta a infamar al interlocutor y si bien no posee un correlato castellano preciso, puede equipararse a una traducción española del inglés "Fuck You"; vale decir, el español "¡Jódete!".

Pues bien, es este bebé enfadado e insultante el que parece desafiar el modo de hacer de las Isapres. Tal hipótesis se refuerza al mirar en la página N° 27 la sección "La Portada Que No Fue". Ahí se nos revela que el bebé sería una emulación de uno muy renombrado por esos días: la llamada "Guagua Apocalíptica", que, supuestamente, habría nacido tuerta y anunciaría catástrofes. El devastador infante, en esta "Portada que no Fue" -plantea The Clinic- le habría "respondido a las Isapres" de este modo: ¡¡¡Váyanse a la Chucha!!!".

Podemos ver, de este modo, que escudándose tras la figura del bebé lo que el periódico pretendía en un primer momento era lisa y llanamente insultar a las Isapres por su usura y afán de lucro. Pero, posteriormente, se optó por modificar la estrategia, haciéndola más sugerente.

La portada del N° 78 sigue recurriendo a poner en la boca de otro la censura del periódico. La pregunta inevitable es: ¿porqué -haciendo a un lado el recurso de la "Guagua Apocalíptica" (explicitado sólo al interior)- se optó por emplear a un bebé para representar a la ciudadanía como querellante ante el accionar mercader de las Isapres? Establecemos las siguientes presunciones:

- 1.- Que el bebé representa al elemento más vulnerable de la sociedad ante el sistema de Salud por ser incapaz de valerse por sus medios. En tal sentido, podría tal vez equipararse un tanto a los lisiados, los que sin embargo cuentan al menos con el beneficio de la palabra.
- 2.- Que una colectividad que aspire a la solidaridad debe, cuando menos, proteger la salud y la vida de los recién nacidos.
- 3.- Que un bebé, al estar en completa ignorancia de los reglamentos de la cotidianidad no puede ni siquiera sospechar en que consiste el debate sanitario que se desarrolla en nuestro país, el que remite al "mundo de los adultos", en donde tendrían lugar casos como las mezquindades especulativas de las Isapres.
- 4.- Que el bebé, al no poder defenderse por si solo, requiere de la intervención de la sociedad para que ésta resguarde sus requerimientos existenciales.
- 5.- Que el bebé, como se sabe, vive en casi absoluta dependencia de su madre. Entonces, y haciendo mención del titular ¿qué sucede si se le "saca" la madre a un bebé? Lo que, haciendo extensivo el postulado, sucedería con todos de tolerarse una ortodoxia mercantil en los eventos sanitarios: caer en la indefensión.

Tales son, creemos, las principales incitaciones implícitas en el empleo de un bebé en la fotografía de portada.

**I.III.- ENUNCIADOS ADJUNTOS EN PARTE
INFERIOR DE FOTOGRAFÍA DE PORTADA:**

EN AFGANISTÁN LES PEGAN, ACÁ NO LES PAGÁN * NUEVO PLAN 007: CON LICENCIA MÉDICA PARA MATAR * LADRÓN QUE LE ROBA A ISAPRE TIENE CIEN AÑOS DE PERDÓN * ALIANZA UDI-ISAPRES SERIA NUEVO EJE DEL MAL * AFILIADOS DEL MUNDO UNÍOS: SÁLGANSE DE LAS ISAPRES * PINOCHET, EN TANTO, NO SE SALVA NI CON ISAPRE NI FONASA.

ANALISIS:

- **EN AFGANISTÁN LES PEGAN, ACÁ NO LES PAGÁN.-** en esta proposición se hace hincapié en ciertas informaciones difundidas en torno de una usanza por la cual, en obediencia a ciertas reglamentaciones religiosas, las mujeres serían tratadas duramente en países como Afganistán. La segunda propuesta de la oración apuntaría al hecho de la molestia expresada, tras el discurso del 21 de mayo, por las Isapres por el fin del subsidio cruzado del Estado para cubrir las licencias maternas, como parte del proyecto de Reforma de Salud. El efecto psicológico buscaría subrayar la aberración de situar al mismo nivel ambas agresiones en contra de la mujer.
- **NUEVO PLAN 007: CON LICENCIA MÉDICA PARA MATAR.-** El agente 007, James Bond, tan conocido por numerosos filmes tenía "licencia para matar". En este caso, serían los médicos los que podrían hacerlo. Lo llamativo del enunciado es que se habla de "Plan 007", siendo que Bond no estaba inserto en ninguno. Entonces, ¿de qué plan nos habla The Clinic sino del Plan AUGE? La reforma sanitaria derivaría, entonces, en que el mercantilismo de las Isapres redundaría en que los facultativos eliminaran vidas, lo que contrariaría en 100% su cometido elemental: curar y salvar a la población.

- **LADRÓN QUE LE ROBA A ISAPRE TIENE CIEN AÑOS DE PERDÓN.-**
El recurso apela a la sabiduría común, en tanto recurre al conocido dicho "Ladrón que roba a ladrón...". Para que la ironía funcione sólo debe reemplazarse en el enunciado de The Clinic "Isapre" por "Ladrón". Después, ejercerse una lectura literal.
- **ALIANZA UDI-ISAPRES SERIA NUEVO EJE DEL MAL.-** Esta percepción de un pacto entre instancias políticas de derecha e Isapres -que para The Clinic representan un emblema de egoísmo lucrativo- está abordado en la Editorial del mismo ejemplar. En ese texto, el director del medio alude a "políticos serviles" asociados con los dueños de las Isapres¹⁹³.

La inferencia de la proposición estudiada deriva de la palabra "Nuevo". En efecto, se trataría de un "nuevo eje del mal", que reemplazaría a uno anterior, no mencionado.

En este caso, lo significativo es que el presente eje del mal estaría dado por la política del partido de derecha "más duro", aliado a un empresariado responsable de la salud de muchos chilenos. Si se consideran las altas tasas de apoyo de quien fuera abanderado presidencial del sector, Joaquín Lavín, puede inferirse la sombría perspectiva que se esconde en esta "alianza" enunciada por el periódico, de concretarse: la derecha radical y el empresariado codicioso responsables del futuro destino de la civilidad.

- **AFILIADOS DEL MUNDO UNÍOS: SÁLGANSE DE LAS ISAPRES.-** una clave para interpretar esta idea está en el empleo de una conjugación actualmente

¹⁹³ Tal interpretación también es recogida en La Tercera que tituló una nota de la página 6 del 13 de julio de 2002 así: *En los Sondeos de la UDI, la mayoría de los encuestados considera que el partido defiende a las empresas del sector / Vínculos con las isapres complican al gremialismo.*

en desuso del verbo "Unir", es decir, el uso de "Uníos". Tal arcaísmo nos retrae al vocativo "Proletarios del mundo, uníos". En el fondo, creemos que The Clinic ironiza en torno del concepto de lucha de clases. Actualmente, ésta se habría convertido en "Afiliados" v/s Isapres con lo que cualquier "épica" de antiguas gestas quedaría reducida hoy a la mera sobrevivencia cotidiana.

- **PINOCHET, EN TANTO, NO SE SALVA NI CON ISAPRE NI FONASA.** Toda la carga denigradora que puede advertirse en este enunciado radica en dos determinantes. Primero, que el ex Dictador Pinochet en la actualidad se ve enfrentado a una perspectiva propia de los moribundos: buscar su salvación, lo que le revela en tanto un ex mandatario autoritario en el presente sin poder.

Luego, lo que se nos propone es que esta "salvación" no se alcanzaría ni siquiera al acceder a una salud por medio de mecanismos comunes. Pero una inferencia posible es que se busca el descrédito del ex hombre más poderoso del país asociándolo con opciones sanitarias a las que debería acudir la mayoría del país; o sea, se le trata sólo con la deferencia dedicada a un ciudadano común.

Por último, el empleo del "En Tanto", nos permitiría confirmar la hipótesis: su trayectoria cotidiana transcurre al mismo tiempo y con el mismo nivel trivial de importancia que el de todos: ni siquiera recibe el tratamiento de personaje histórico, reducido a un presente innoble.

II.- EDITORIAL.-

II.I ASPECTOS FORMALES:

TÍTULO DE EDITORIAL: "La Mugre está debajo de la Alfombra".

AUTOR: Patricio Fernández.

Nº de página en Edición: 5.

Nº de columnas de Editorial: 4

Párrafos de Editorial: 1

II.II.- DESCRIPCIÓN DE ESTRUCTURA TEMÁTICA **(conjunto jerárquico de temas):**

Esta Editorial se estructura en torno de un marco particular: el de los productos de una conversación entre P. Fernández y dos compañeros de trabajo de The Clinic.

Tal contexto permite que la argumentación se desplace con la versatilidad propia de un diálogo entre amigos. En este sentido, valga mencionar el empleo (atípico en un editorial tradicional) de voces coloquiales. En efecto, las disquisiciones no adoptan la forma de una retórica "profunda", sino que los comensales "pelan", se "enrabian" y "conversan como adolescentes".

Esta cierta puerilidad del tono está, no obstante, justificada al considerar que el trío de amigos dialogan en torno del Plan AUGE, cara visible de la Reforma de la Salud, instancia de la que, como muchos chilenos, ni siquiera entienden su nombre. Lo elocuente de tal posición es que permite reflexionar como lo haría cualquier hijo de vecino sobre un tema que atañe... a cualquier hijo de vecino. Relata el editorialista:

"No hablábamos como entendidos, sino desde el sentido común (...) repasamos las últimas polémicas en torno al AUGE. De más está decir que, como la mayoría, ninguno de nosotros recordaba siquiera lo que significaban esas

siglas (...) de manera que la conversación difícilmente apuntó a criticar punto por punto los puntos del plan. Sólo una cosa nos resultaba evidente: que era un esfuerzo por mejorar la atención en salud de todos esos que no se la pueden costear y que, por imperfecto que fuera, merecía al menos una oportunidad".

Es bajo tal perspectiva y tras conversar sobre el asunto que Fernández y sus acompañantes concluyen que "los ricos" que administran las Isapres son los que se obstinan, negando tal oportunidad: todo por un afán de lucro que verán menoscabado por el eventual funcionamiento del Plan Auge.

De ahí en adelante, la Editorial se muestra como es: una diatriba sobre el enriquecimiento egoísta que no retrocede ni ante lo más sagrado: la salud y la vida del prójimo.

Toda la sucesión de planteamientos va en tal sentido. Sin embargo, de uno u otro modo estos cuestionamientos deben volver a la realidad y ésta es que los ricos *de por sí* buscan seguir enriqueciéndose. Es en tal momento en que el Editorialista se percató de lo utópico que es pedir altruismo a los que prosperan gracias al forzoso sacrificio de los desfavorecidos de la vida.

"(...) sabíamos que plantear algo así como lo que hablábamos sería tachado de "inocencia" o "ignorancia" por los expertos liberales, pero también sabíamos que ni a nosotros mismos nos importaría mucho si nos cobrarán algo más por el bien de todos".

El "bien de todos". El bien de todos v/s la riqueza de unos pocos, ese es el tema principal de esta Editorial. Por cierto, tal batalla es insoluble y el antagonismo será perpetuo. Por tal razón, es que no se incurre en un inútil llamado al desprendimiento de los adinerados. Se llega tan sólo a una nostalgia de tiempos menos crueles.

"(...) concluimos algo más pasado de moda todavía: que si algo se perdió después de la UP fue la conciencia cívica, el que hasta el último obrero supiera (...) formarse una propia opinión para defenderse, a sabiendas de que verdaderamente nadie lo hará por él".

También a una constatación dura y terrible: lo que es, es así y punto:

"Mal que mal, estamos todos en las isapres y un pobre enfermo importa y conmueve tan poco como un enfermo de pobre".

II.III.- MENCIÓN EXPLÍCITA O ALUSIÓN DE PERSONAJES O GRUPOS HUMANOS NACIONALES O INTERNACIONALES (en torno de ellos ¿el editorialista expresa adhesión, legitimación, rechazo u otro?).

En el texto se hacen las siguientes menciones de personajes:

- **Díaz e Hidalgo**: se trata de Alvaro Díaz y Guillermo Hidalgo, coordinador periodístico y Editor de The Clinic, respectivamente. Su mención se sustenta en el hecho de que toda la temática de la editorial se desarrolla sobre la base de una conversación que sostienen, en calidad de colegas y amigos, con Fernández. Más allá de esto, ser interlocutores, no están involucrados en el argumento tratado, del que conversan no *"como entendidos, sino desde el sentido común"*. Fernández nos los presenta: son *"otros dos amigos buenos para el tinto"*.
- **"Gremio de los médicos"**: protagonistas de la renovación del actual sistema de salud, en el presente caso no se les responsabiliza de abandono de deberes o ineficiencia. Se les reprocha tener oídos sordos a la contingencia, obstinarse en nimiedades: *"(el) gremio de los médicos parece más enfrascado en peleas menores y autorreferentes que abocado a la tarea de buscar una buena salida al problema"*, apunta Fernández.

- **Propietarios de Isapres:** aquí la crítica está dirigida lisa y llanamente al afán mercantil que demuestran en su participación en la eventual reforma sanitaria. No están sólo en este resguardo de sus intereses económicos. Entre sus socios están "*sus políticos empleados*" y cuentan "*con el apoyo incondicional de cierta prensa*¹⁹⁴", en cuyas páginas aparecen "*tergiversando el asunto*". Es también en esta prensa en donde cualquier noticia sobre el Plan AUGE excluye referencias a beneficios o insuficiencias sanitarias. Todo se reduce al escasamente humanitario asunto del financiamiento.

*"Los dueños de las Isapres (y sus políticos serviles) alegaban que la perdida del subsidio que el Estado les daba para las embarazadas tendría que ser suplido con el aumento de las cotizaciones o con un mayor cuidado a la hora de aceptar mujeres, pero en ningún momento se planteaba nada parecido a restringir sus ganancias sabidamente extraordinarias*¹⁹⁵".

- **Los "Ricos":** dado que la reforma de Salud se estaría debatiendo en términos económicos, ajenos a cualquier filantropía, para Fernández al fin de todo sólo se llegaría al enriquecimiento de los más pudientes, o cuando menos a que jamás perdieran dinero. Tal mercantilismo resulta relativamente comprensible dada la lógica económica imperante, pero lo que irrita al autor del Editorial es que se supedita la solidaridad con los pobres por la búsqueda de riquezas. En síntesis, el lucro no sólo estaba involucrado en el tema del AUGE:

¹⁹⁴ Revisando la actitud beligerante de The Clinic hacia medios periodísticos de los Consorcios El Mercurio y Copesa se puede inferir que la referencia alude a El Mercurio, La Tercera y La Segunda, entre otros.

¹⁹⁵ La siguiente transcripción es de La Tercera del 22 de mayo de 2002, pág. 5: "Andrés Tagle, vicepresidente ejecutivo de la Asociación de Isapres, dijo que según cálculos de los establecimientos privados de salud son necesarios siete años de cotización para cubrir los seis meses que la mujer deja de trabajar por embarazo. El ejecutivo aseguró que el anuncio de Lagos se traducirá en una considerable alza en el precio de los planes de salud".

"(...) lo mismo con el bono para los más pobres. Y lo mismo con el sueldo mínimo. Y lo mismo con cualquier impuesto que los pudiera afectar. (...) Si aumenta el sueldo mínimo, los dueños de las grandes empresas de inmediato amenazan con echar gente, sin que se les pase ni siquiera por la cabeza la posibilidad de ganar un poco menos en vez de causar semejante sufrimiento".

- **Los "UDI"¹⁹⁶:** Es remarcable el hecho de que Fernández aluda a "los UDI" y no a "la derecha política" como grupo de apoyo del empresariado. Tal mención tal vez apunte a que en la actualidad ese partido se ha configurado como "la voz" más sonora del sector.

Sin embargo, puede suponerse que también tal especificación va por el lado del oportunismo, del aprovechar la contingencia para establecer una posición definible. El asunto es ¿qué posición? La de demostrar preocupación por "la gente". Pero tal posición esconde una maléfica contradicción. En pocas palabras, los UDI se muestran a favor del trabajador común, pero ¿de dónde provienen los personeros UDI?, ¿quiénes son realmente?

"Los UDI no se cansaban de repetir que quienes pierden son los de clase media, y los de la clase media no se daban cuenta de que son los patrones de los Udis los que les están derivando la pérdida", sostiene Fernández.

¹⁹⁶ El Partido Unión Democrática Independiente ocupó enorme porcentaje de los sarcasmos, ironías, etc., del humor de los primeros años de The Clinic, cuando su contenido estaba más abocado a la política nacional contingente. Es más: la UDI es y ha sido el partido "enemigo" por excelencia de los redactores del periódico. En tal sentido, su cabecilla, Pablo Longueira, no ha salido exento. Durante algunos números seguidos, The Clinic insertó en las primeras páginas la fotografía de una mujer joven y "ligera de ropas" que señalaba "Longueira la tiene corteira"... La idea, ataque frontal a la virilidad del dirigente de Derecha, incluyó después incluso este malicioso recurso: la fotografía (posiblemente

5.5.4.- THE CLINIC N° 80

(jueves 27 de junio de 2002)

I.- PORTADA:

I.I.- TITULAR:

CHILE, PAÍS TERCER NUDISTA

HUEVÓN
TONTO
V/S
TONTO
HUEVÓN

ANALISIS:

El hecho más llamativo de la quincena previa a la salida de la publicación fue el "desnudo callejero" de una adolescente chilena apodada "Baby Vamp", como parte de una acción artística dirigida por el argentino Luiz Vega. Tal acción o "performance" sucedía sólo días antes de que el fotógrafo estadounidense Spencer Tunick retratara un desnudo de miles de chilenos en las cercanías del Parque Forestal, una madrugada de domingo de fines de junio.

El titular presenta dos apreciaciones significativas:

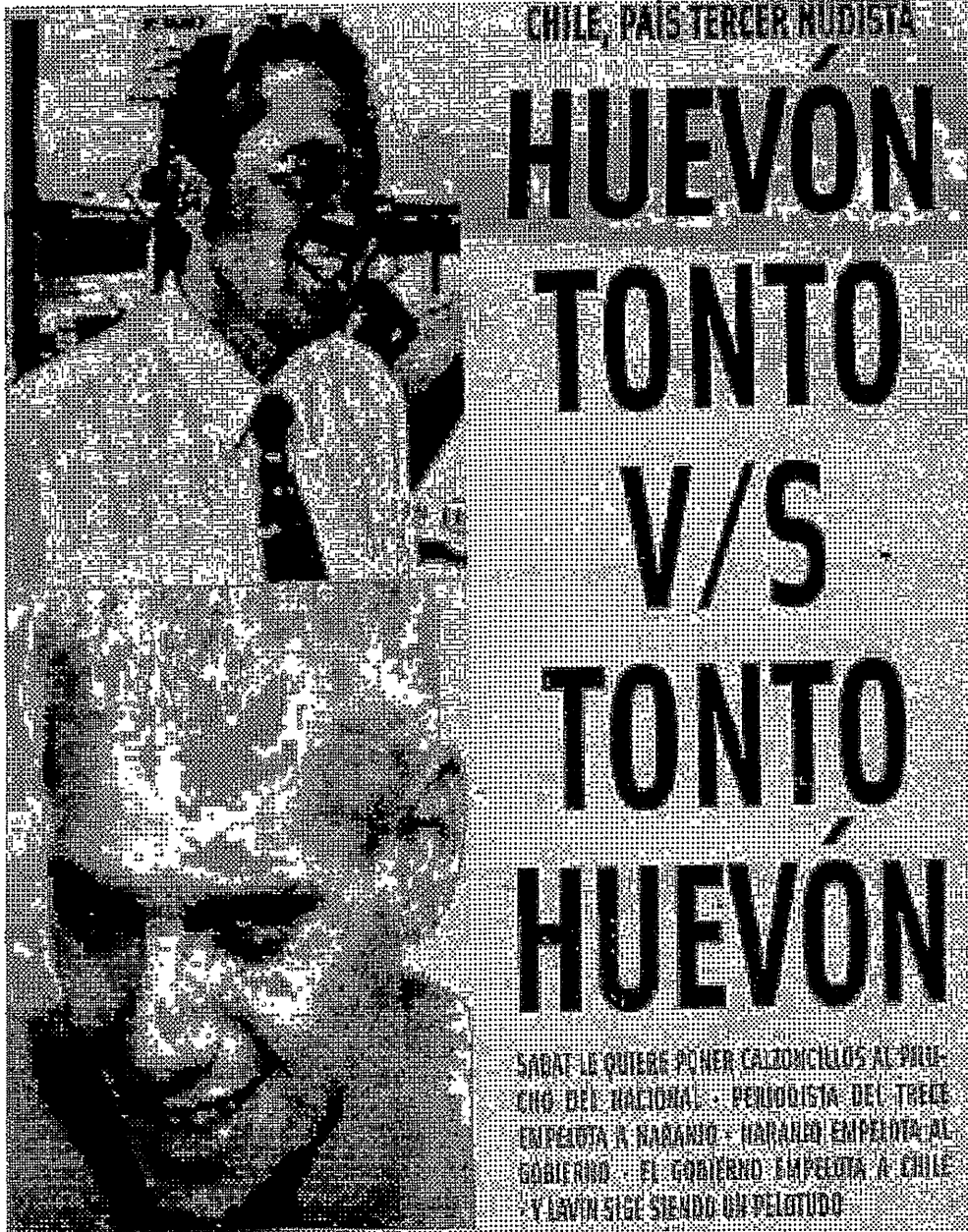
retocada) de un grupo destacado de dirigentes de oposición, comentando al leer un n° de The Clinic "Te dije que Longueira la tenía corteira".

- El epígrafe -"Chile país tercer nudista"- permite un par de inferencias. En efecto, colegimos que The Clinic extrapola el subdesarrollo nacional a un aspecto de mera contingencia, como lo es el de un desnudo callejero. Es en tal sentido que la calidad de "tercer mundista" abarcaría nociones que van más allá de lo económico. Por otra parte, se sabe que el subdesarrollo nos aleja de los cánones de prosperidad y perfeccionamiento propios del "primer mundo", instalándonos en zonas periféricas de progreso, en donde todo se presupone deficiente, perfectible. Así, incluso esta "acción de arte" de Baby Vamp no representaría un logro del "desarrollo chileno", sino que sería una muestra más de la defectuosidad que nos caracteriza como "tercer mundistas".
- El título nos presenta a 2 actores, inmersos en este contexto de "país tercer nudista". Existen dos singularidades específicas en este título -y que le alejan diametralmente de la forma de hacer del grueso de la prensa de nuestros días:
 - a) Que los actores no son presentados en tanto representantes de algo o que realizan una acción. Son solamente descritos con calificativos que ni siquiera permiten insertarlos en las esferas del poder, o como parte del pueblo. Su caracterización apela a la degradación léxica del garabato "huevón"¹⁹⁷ -que, como se sabe, apunta a grueso modo a designar a todo aquel de actuar cuestionable y ridículo-, y de la palabra "tonto" -que ya ni siquiera denota como la palabra "huevón" sino que llanamente afirma de alguien que es bobo y estúpido-. De más está decir que tales calificativos implican una agresiva toma de posición del periódico.
 - b) Que el título se establece como un antagonismo, entre dos actores que, siguiendo la enunciación previa, no se oponen en términos clásicos -como, por ejemplo, proletariado v/s burguesía, pobres v/s ricos, marginales v/s integrados, etc.,- sino que sólo por su esencia característica de *ser necios*. La partícula "v/s" redundante en esta oposición. Tal antítesis nos presentaría a dos actores de similares

¹⁹⁷ Es anecdótico que el término tiene tal raigambre en la cultura popular que existe incluso un humorístico afiche (de venta en ferias artesanales) en el que cada recuadro representa a un huevo en distintas acciones y con diversas actitudes. El producto tiene como título: "Clasificación de los Huevones"...

características -ambos están definidos por "huevo" y "tonto"-; sin embargo, es el matiz de la inversión de términos lo que establece cierta diferencia.

I.II.- FOTOGRAFÍA DE PORTADA



CHILE, PAÍS TERCER MUNDISTA

**HUEVÓN
TONTO
V/S
TONTO
HUEVÓN**

SADAT LE QUIERE PONER CALZOMCILLOS AL PUEBLO DEL NACIONAL - PERIODISTA DEL TERCER MUNDO A NARRAR - NARRAR EMPLETA AL GOBIERNO - EL GOBIERNO EMPLETA A CHILE - Y AUN SIGE SIENDO UN PELOTUDO

ANÁLISIS:

A nivel de diagramación, esta portada también es singular. En tal sentido, basta ver que la conjunción titular-fotografía está dispuesta ya no horizontalmente sino que en sentido vertical. Ambos elementos, además, tampoco se superponen.

Podemos observar que las 2 fotografías de portada están limpias, sin adiciones ni retruécanos y que, por tanto, muestran exactamente lo presentado: a Pedro Sabat y Luizo Vega, ambos sonrientes.

Es, sin embargo, cuando se observa la portada a globalidad cuando puede percibirse que la posición vertical de las fotografías hace que el título remita a los actores señalados. Ahora, luego de dilucidar que los protagonistas de las fotografías son el alcalde de Ñuñoa, Pedro Sabat y el artista argentino Luizo Vega (en ese orden), relacionémoslos con el título. Tenemos que las descripciones remiten a esta definición:

Pedro Sabat	=	"Huevón Tonto"
Luizo Vega	=	"Tonto Huevón"

El posicionamiento irónico del periódico se puede establecer al constatar que las fotografías nos presentan a Sabat y Vega risueños, pese a aparecer públicamente con las denigratorias definiciones descritas.

Habíamos referido un matiz. De hecho, las definiciones de los actores usan palabras idénticas: es su orden el variado. Esto implica que:

- a) Es la calificación de Sabat la más denigradora, dado que el sindicarlo como "Huevón Tonto" -por el orden de los elementos de la frase- equivale a que se subraya su calidad de "tonto" casi en el sentido de constituir un adjetivo (de

sinónimos tales como: estúpido, inepto, imbécil, mentecato, idiota, etc.). En circunstancias que:

- b) "Tonto Huevón", como calificativo posee una cierta familiaridad carente de la intensidad denigratoria del epíteto que recae sobre Sabat. En efecto, el determinante "huevo" reviste cierto carácter coloquial, incluso con algo de afectuosidad. El "tonto" (Sabat), en cambio, está inserto en valoraciones de desprecio e injuria.

Finalmente, baste reseñar que la rivalidad entre ambos actores remite a un enfrentamiento físico y verbal en una edición de esos días del programa de debate de Chilevisión "El Termómetro".

Lo significativo del caso es que la disputa se dio por la contraposición de idearios de vida representados por ambos: Sabat, como adalid de una moralidad conservadora; Vega, en tanto artista, como propulsor de una liberalización de actitudes. El asunto, con toda la enorme trascendencia que podría contener, no alcanza -para The Clinic- mayor desarrollo. ¿La razón? Está contenida en la propuesta crítica de la portada: que la discusión valórica¹⁹⁸ sólo llegó a una mísera rivalidad entre dos "huevoes". Y no dio (ni habría de dar) para más.

¹⁹⁸ El desnudo masivo a propósito de la visita de Tunick generó un debate de mayor amplitud. Para algunos sociólogos representa algo más que una acción de arte: se trata de una transformación cultural. Sirvan tres ejemplos, extraídos de "Cuerpo Reportajes" de La Tercera del 7 de julio de 2002. Tomás Moulián: "(...) *si hay un deseo de la gente de desnudarse, es sólo una crítica social a la moral*". Jorge Larraín: "(...) *Es un sentimiento que también es respuesta a la gran discusión sobre temas morales, sobre censura, sobre lo que podemos y no podemos ver. La respuesta dice: nos podemos desnudar, nos podemos ver*". Mauricio Rodríguez: "(...) *este desnudo masivo aparece como manifestación relevante del cambio cultural que se está gestando desde hace tiempo y que está reformulando la identidad temerosa y tibia por la que son conocidos los chilenos*".

I.III.- ENUNCIADOS ADJUNTOS EN PARTE INFERIOR DE TÍTULO DE PORTADA

SABAT LE QUIERE PONER CALZONCILLOS AL PILUCHO DEL NACIONAL * PERIODISTA DEL TRECE EMPELOTA A NARANJO * NARANJO EMPELOTA AL GOBIERNO * EL GOBIERNO EMPELOTA A CHILE * Y LAVÍN SIGUE SIENDO UN PELOTUDO.

- **SABAT LE QUIERE PONER CALZONCILLOS AL PILUCHO DEL NACIONAL.**- Esta proposición tiende a confirmar la visión que The Clinic tiene del alcalde Pedro Sabat como funcionario represor y retrógrada. Sabat, edil de Ñuñoa, manifestaría, según el periódico deseos de tapar una escultura, inanimada obviamente, posicionada en los exteriores del Estadio Nacional. La actitud, como se ve, redundante en la obsesión moralista y la patología mental.
- **PERIODISTA DEL TRECE EMPELOTA A NARANJO.**- He aquí que esta ola de "desnudos" se ha convertido en tendencia, por la que incluso una periodista empelotaría (léase: desnudaría) al diputado socialista Jaime Naranjo. Este "desnudamiento" de Naranjo fue realizado por la conductora de "Pantalla Abierta" de Canal 13 quien le entrevistó forzándole a reconocer que había contratado a su propia esposa.
Pero el enunciado se comprende buscando una segunda lectura, sobre la base que, popularmente, "empelotar a otro" equivale a fastidiarle e importunarle: con el forzado reconocimiento de su falta, para Naranjo la labor periodística le habría fastidiado, dejándolo desnudo de sus cobijas de poder.
- **NARANJO EMPELOTA AL GOBIERNO.**- Siguiendo con el planteamiento anterior, ahora es este diputado concertacionista el que fastidia al gobierno al hacerse pública su falla y desprestigiar a la colación gobernante. Adviértase que

aquí The Clinic adopta un tono denunciador al plantear que Naranjo constituye una "molestia" para el gobierno de Lagos.

- **EL GOBIERNO EMPELOTA A CHILE.**- La ola de "empelotamientos" ya ha llegado a las esferas más altas de la administración. Sin embargo, por el tratamiento ligero de la propuesta puede advertirse que se trata de un enunciado irónico sin mayor ahondamiento, típico de la mentalidad nacional recurrente a la crítica constante, la cual The Clinic a menudo busca retratar.
- **Y LAVÍN SIGUE SIENDO UN PELOTUDO.**- En cambio, esta enunciación implica una mayor participación del emisor (The Clinic), que al señalar "sigue siendo" se centra en una constatación histórico- temporal: ésta es que Joaquín Lavín ha sido y es "pelotudo". En léxico popular, el "pelotudo" es aquel de acciones y proyecciones torpes y sin sentido. Recuérdese que Lavín es alcalde de la comuna más importante del país, y que ha tratado de perfilarse como hombre de hechos. Para entender la ironía: como alcalde -para el periódico- Lavín sólo ha hecho "pelotudeces".

II.- EDITORIAL.-

II.I.- ASPECTOS FORMALES:

TÍTULO DE EDITORIAL: "Ojo con Sabat: mostró la hilacha".

AUTOR: Patricio Fernández.

Nº de página en Edición: 5.

Nº de columnas de Editorial: 4

Párrafos de Editorial: 1

II.II.- DESCRIPCIÓN DE ESTRUCTURA TEMÁTICA **(conjunto jerárquico de temas):**

El primer elemento con que se advierte la intencionalidad del autor es el título que nos insta a estar atentos de la actuación del alcalde Sabat quien habría mostrado una actitud inadecuada para su cargo. Esta es "mostrar la hilacha"; vale decir, no estar a la altura de una situación y comportarse con desatino.

El editorial comienza apuntando a la existencia de minucias del acontecer que esconden un trasfondo mayor de ser seguidos sus detalles. Ese es el caso de una disputa televisiva entre Sabat y -califica Fernández- el "autodenominado artista Luizo Vega". No sería más que un incidente.

Mas, para ciertos sectores ya podría ir representando algo con cierta consecuencia: *"para los más conservadores, un exabrupto justificado por la inmoralidad del contendor, mientras para los más liberales, lisa y llanamente una estupidez irracional"*.

Ya tenemos ciertos antecedentes: la contienda encarnaría la oposición "conservadurismo" v/s "liberalidad". ¿Establecerá The Clinic su opción?

Fernández se dedica luego a describir los actos de Sabat tras el altercado con Vega. En pocas palabras: Fernández llama la atención de su actitud pendenciera y de su no reconocer las implicancias de sus dichos y golpes. *"Dicho de otro modo, quiso convertir a la víctima en culpable y a él mismo, el agresor, en agredido"*, reflexiona.

Reitera Fernández que la consecuencia del altercado no se redujo a dejar a Vega y su desnudista Baby Vamp como mero hecho llamativo: lo que subraya es la campaña (y, especialmente, su carácter y alcances) que realizaría Sabat, a su juicio con *"ribetes de gravedad, no poco preocupantes"*.

Aquí el editorialista ya denuncia de que en una manifestación realizada a su favor en las afueras del municipio de Ñuñoa, Sabat dispuso microbuses para trasladar a "adherentes" y autorizó suspensión de clases escolares con el mismo fin.

Sin embargo:

"Lo verdaderamente grave es la violencia que encerraban los carteles de la gente que asistió: "¡No al depravado!, "Un combo fue poco", ¡Argentino degenerado!", "Baby Vamp ¡cochina!", "Los nuñoínos tenemos valores", "Luizo: basura gay" (...) El alicaído cantante Luis Dimas gritó voz en cuello que ya estaba bueno de "¡que cualquier chanta, sin moral alguna, tenga espacios en los medios de comunicación! ¡Desprecian a los artistas chilenos y le dan publicidad a este cafiche!", faltándole decir solamente: "¡más encima argentino"

Esta declaración pone en juego el asunto fundamental de cuestionamiento por la editorial: el que una defensa valórica y nacionalista acérrima ha de contener patente violencia.

A continuación, Fernández se aboca al discurso de Sabat. A primera vista, sus argumentos, pueden parecer correctos a cualquier hombre honrado y de bien. En

efecto, cualquier chileno bien nacido apoyaría palabras como *"Siempre he creído en la trilogía del amor, la patria y la fe en Cristo"*.

Pero aquí la inferencia es clara: ¿resulta coherente la creencia en Cristo con el apoyo de la violencia desarrollada a las afueras del municipio ñuñoino? ¿Eso está inspirado en el amor?

"Quizás muchos de los lectores de este quincenario no lo sepan, pero así comenzaron el fascismo y el nazismo. "No tocarán mi honor, mi familia y mi bandera", agregó. "¡Buscan la fractura de nuestros principios y valores, los mismos que sustentan una sociedad decente!" Patria, principios, banderas, religión: en estas palabras y no en otras es que han encontrado justificación casi todas las guerras, casi todas las brutalidades"

He aquí que se ha llegado al meollo del Editorial. En efecto, la estructura del texto está diseñada para llegar a esta conclusión. Lo que plantea Fernández es que la actitud de Sabat y sus adeptos es un emblema de la violencia fanática, propia de tiempos autoritarios. Lo significativo es que ésta se desarrolla en el contexto de una democracia (aún imperfecta, es cierto) como la chilena. Y nada lo justifica, ni siquiera lo que habría de ser más sagrado o intocable, como lo pudiera ser la patria o la religión. Nada debería estar sobre el hombre, ni usarse contra él, principio y razón de la civilización. Fernández llama a la medida, específicamente, a la cordura razonada: la contingencia no es aval para que nadie atente contra el prójimo, bajo ningún precepto y menos aún en una democracia tan frágil e inestable como la de nuestro país. Somos los chilenos los destinados a preservar el equilibrio de Chile: ese es el llamado de esta editorial de The Clinic.

II.III.- MENCIÓN EXPLÍCITA O ALUSIÓN DE PERSONAJES O GRUPOS HUMANOS NACIONALES O INTERNACIONALES (en torno de ellos ¿el editorialista expresa adhesión, legitimación, rechazo u otro?).

• **Pedro Sabat.**- En primer lugar, encontramos la mención del alcalde ñuñoino. Como ya se dijo, desde el título se expresa una acusación: que el alcalde "muestra la hilacha".

Posteriormente, al ponerse en boca de los auditores "liberales" del programa El Termómetro, en donde Sabat agredió a Vega, Fernández acusa su accionar como "estupidez irracional".

Otra de las denuncias se relaciona con un cierto cinismo del edil y una agresividad insospechada: esto se pone de manifiesto contextualizando que su pública furia tuvo como contexto un "programa de debate".

Es así que el editorialista le recrimina explicar *"sus malas artes, argumentando que entonces se encontraba cansado"* y que *"agregó nuevos antecedentes en contra de Vega, algunos de ellos harto infundados y malacatosos"*.

Pero lo importante del caso es que Sabat, en tanto edil, es líder de opinión. Entonces, Fernández se plantea ante la campaña lanzada por Sabat en su apoyo y contra Vega y le acusa de alardear *"de un provincialismo a toda prueba"*. Más encima, en una operación nada conciliadora (como ya se describió).

En pocas palabras: Fernández, tras analizar actitudes y dichos públicos de Sabat tras el "incidente Luizo Vega" plantea que sus móviles son cualquier cosa menos inocentes y que, tras mostrar una apariencia de defensor de los valores patrios y cristianos esconde -como muchos chilenos que también optan por tal público resguardo- un autoritarismo y una violencia sectaria, ante la que quienes se percatan

de ello deben estar atentos ya que es sólo un modelo de una actitud más generalizada. "Ojo con Sabat", dice Fernández en el título.

• **Luizo Vega.-** Como ya se ha explicado, es el contendor de Sabat y en El Termómetro donde sucedió la disputa reaccionó como pudo ante los imprevistos ataques del edil. Lo significativo en esta editorial es que Fernández no se pronuncia mayormente sobre él, más bien le ignora. Reduce su gesta a la de un *"autodenominado artista"* que recibe *"una fama inmerecida"* por su dirección del desnudo de Baby Vamp, el que a lo más debería haber recibido el *"más juicioso y preciso comentario de "divertido", "chistoso"*.

Sin embargo, también lo reivindica indirectamente al establecer que Sabat *"quiso convertir a la víctima en culpable"*.

• **Luis Dimas.-** La vinculación entre artista y afiliación política, por razones laborales, se mantiene en un cierto anonimato. En este caso, al contrario, es más o menos sabido que Dimas pertenece a un cierto grupo de artistas derechistas. Fernández no se pronuncia sobre tal vínculo. Lo que Dimas representa es otra cosa: es el "alcaído cantante" que reacciona con envidia ante el triunfo mediático de otros que logran el reconocimiento a él negado. Pero este resquemor no es argumentado por razones artísticas, sino que por un nacionalismo acérrimo, un rencor visceral contra los medios de difusión y un moralismo cuestionador: todas características que no le hacen honor a artista alguno, sobretodo si es compatriota.

• **Marcela Cubillos:** es, como Dimas, otro asistente a la manifestación de Sabat. Diputada UDI por la zona, su mención es breve, pero significativa. De hecho, cuando Fernández dice *"le agradeció al edil como madre"*, puede *inferirse* el sustrato de tal agradecimiento de una "madre UDI": un velar por la moral, las buenas costumbres y la patria. Aunque lo cuestionable de ello implique -como en el caso de este defensor, Sabat- llegar a los golpes, la injuria y la desacreditación del adversario.

• **"Anarkia":** esta es la definición de Fernández: es "el desprestigiado líder de Los De Abajo". "Anarkia" asiste al acto de Sabat, curiosamente, pese a que su chapa debería mostrarle como receloso de los poderes. No obstante, su voz en este caso remite a su calidad de líder barrero, obnubilado por tal carácter, carente de reflexiones patentes. En efecto, el editorialista, le evoca como personaje excéntrico al eventual debate sobre valores que sería el motivo de toda la reunión, ya que de hecho fue y meramente *"apoyó a Don Pedro "porque es de la U"*.

5.5.5.- THE CLINIC N° 82
(jueves 25 de julio de 2002)

I.- PORTADA.-

I.I.- TITULAR:

**MÁS LOCO QUE NUNCA
EL SICÓPATA
VUELVE A LA DEHESA**

ANÁLISIS:

De primeras y atendiendo exclusivamente a lo que dice este titular, nos encontramos con un epígrafe y un título en el que destacan definiciones asociadas con la demencia: "loco" y "sicópata".

La primera engloba algo un tanto difuso y poli-significativo en el ideario colectivo. Es un "loco" todo aquel individuo que enarbola ideas extravagantes e insostenibles, y, además y sobretodo, quien tiene un comportamiento público caprichoso, ridículo y lisa y llanamente diferente al establecido. La proposición -perdida la mayor parte de su inicial carácter amenazador (en vista de cierta banalización actual que asocia la cordura con un conservadurismo de actitudes) ha pasado a ser parte de un repertorio inofensivo y casi publicitario. "Alocado" equivale en una jerga juvenil a adoptar un comportamiento festivo, travieso: el "loco" deviene "buena onda".

Pero la segunda proposición implica una calificación dramática: el "psicópata" está clínicamente enfermo de alguna patología conductual o psicosis. Su

conducta es eventualmente de extrema peligrosidad; por lo tanto, carece de afecto social. Es más: en el inconsciente colectivo (y reforzado por una dilatada literatura y, ante todo, cinematografía masiva) el psicópata es frecuentemente autor de los mayores atentados en contra del próximo: intimidación, agresiones, ataques sexuales y, no pocas veces, asesinatos mediante brutales y rebuscadas formas.

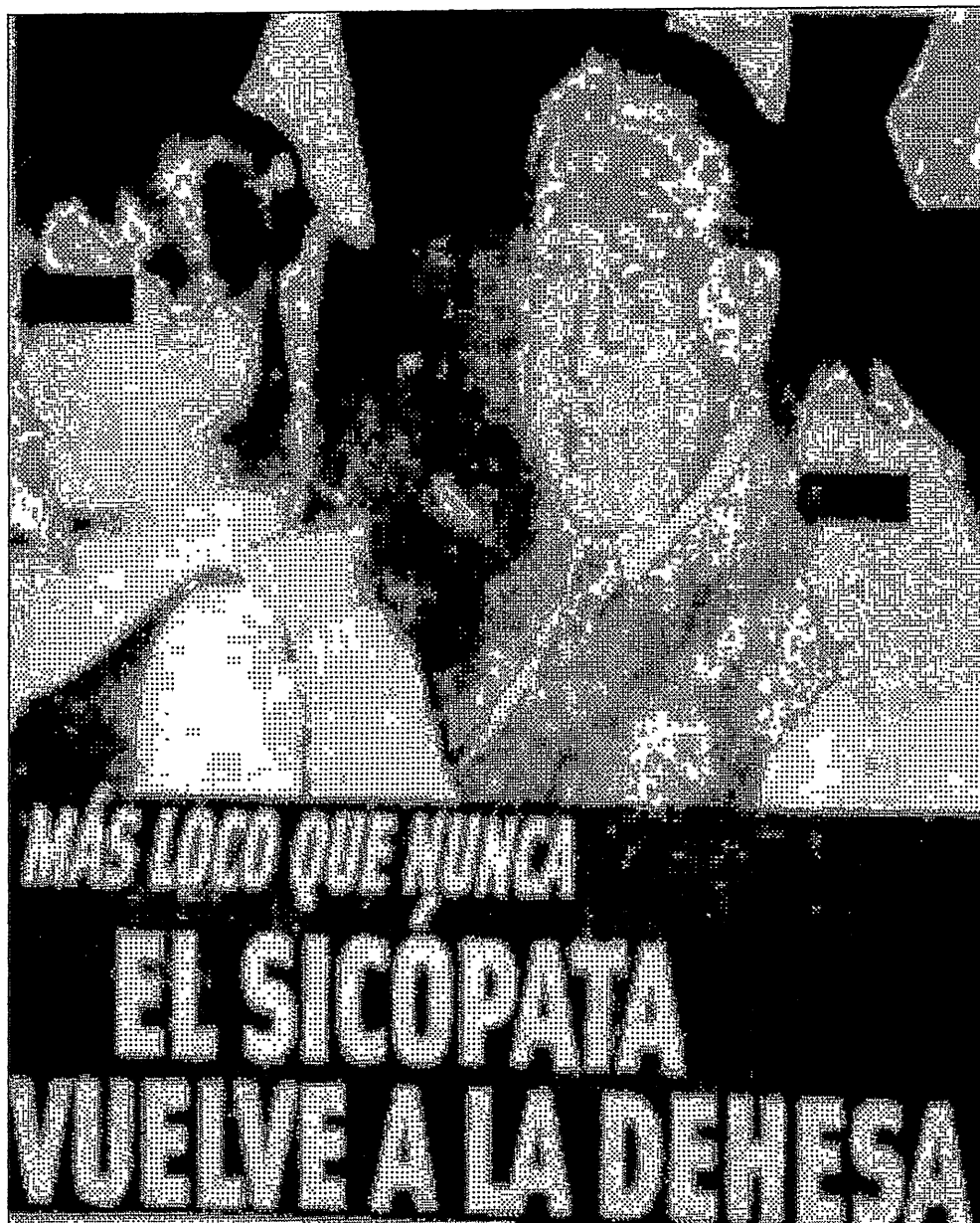
Pues bien, el titular nos dice que "El Sicópata vuelve a La Dehesa". El enunciado está abocado a la posibilidad del suceso de un hecho asociado a la contingencia: por aquellos días de finales de julio la opinión pública nacional conocía mayores detalles del espeluznante actuar de Roberto Martínez Vázquez, apodado "El Tila", quién resultó responsable de la violación de cuatro mujeres del "Barrio Alto" y del descuartizamiento de otra, residente en la población La Victoria, entre otros delitos.

Debido a que su más renombrado abuso lo realizó contra 2 mujeres y un niño de La Dehesa, comuna de Lo Barnechea al que fracturó un brazo), recibió justamente un apodo *ad hoc*: "El Sicópata de La Dehesa".

Entonces, Vázquez, según una primera lectura de este titular de The Clinic, habría escapado del encarcelamiento en que se encontraba por esa fecha, tras confesar sus delitos, y habría retornado a La Dehesa, de seguro en busca de más víctimas. Por añadidura, "más loco que nunca".

Pero...

I.II.- FOTOGRAFIA DE PORTADA.-



ANALISIS:

(...)Es necesario asociar el titular con la fotografía de portada para descubrir la verdadera intención del periódico, que guarda cualquier propósito menos informar sobre Vázquez y su presente.

El protagonista y único personaje identificable en esta fotografía es Augusto Pinochet, autoridad principal del régimen militar que se instauró en Chile entre 1973 y 1990.

Mas ¿a qué puede obedecer la relación establecida entre el "sicópata" del título y Pinochet, considerando el dato de que el titular está inserto en la foto de portada y que, por tanto, le complementa?

El llamado "Caso Pinochet" tiene demasiadas aristas para ser relatadas aquí. No obstante, baste reseñar para este análisis que a su regreso de Inglaterra -en donde fue arrestado en The London Clinic...-, tras dos años de permanencia, la defensa legal de Pinochet argumentó que el ex senador vitalicio estaba imposibilitado de cualquier tipo de juicio en Chile por razones de salud (entiéndase: incapacidad física y mental). Tras practicársele exámenes por parte del Servicio Médico Legal, se dio la razón a la defensa: Pinochet fue sobreseido del Caso Caravana de la Muerte por "demencia vascular (irreversible)". La izquierda política del país se resignó, no sin dejar de recalcar que Pinochet no era enjuiciado por estar "demente".

Para The Clinic, entonces, Pinochet sería el "psicópata" del titular. Tal postulado ya había sido abordado con anterioridad, por ejemplo en el N° 42, de enero de 2001, cuyo título fue: *Exámenes Mentales están de más: SÓLO UN PSICÓPATA TIRA PERSONAS AL MAR.*

No obstante, había sido en la portada anterior (Nº 81) en donde se entregaban datos claves para inferir que el "sicópata" de verdadera importancia para The Clinic no era "El Tila". Esto es lo que decía debajo de la fotografía principal de esa portada, sin mayor aspaviento y como mera reseña secundaria, en una proposición cuya claridad no requiere examen:

**TODO CHILE RECONOCIÓ AL
SICÓPATA: ES VIEJO, SE CREÍA
SENADOR, SE CAGA EN LOS
PANTALONES Y ESTÁ BUENO PA `LA
CHUPETA.**

Pero retornando a la fotografía de la portada a la que estamos abocados, Pinochet no aparece sólo. Al viejo militar, sentado, se le muestra en la cercanía de dos niñas de escasos años de edad, que se nos presentan de perfil y mirando hacia adelante, sin prestar atención a su alrededor, confiadas, sin temor ni recelo. Sin embargo, y siguiendo con la propuesta de The Clinic están en peligro, en las cercanías del "sicópata" Pinochet, quien -pese a su condición, viste de civil y formalmente, y sobretodo sonríe, traviesa y socarronamente-.

El contexto de inminente riesgo se ve subrayado, cuando vemos que la fotografía -intervenida por adición- nos presenta los ojos de las niñas cubiertos por franjas negras, tal como se hace con víctimas que no deben ser identificadas. "Víctimas", como las que murieron (y se le responsabiliza por ello) durante el régimen que encabezó Pinochet.

En síntesis: esta titulación y su fotografía se perfila como un intento de ridiculización de Augusto Pinochet, al reducirlo a mero delincuente común, violador de menores y carente del poder absoluto que tuvo y que le asoció con las mayores redes de criminalidad y terror de la historia del país. En tal sentido,

el epígrafe y la sonrisa de Pinochet de la foto nos lo presentarían con la inofensiva personalidad de un "loco bueno onda".

Finalmente, y en un plano de sintaxis, epígrafe y titular, nos enmarcarían la acción del personaje como un simple anuncio espectacular, a-histórico, no riesgoso y más propio de una mega producción cinematográfica de suspenso que de un eventual relato interpretado por uno de los personajes más divisorios de Chile.

I.III.- ENUNCIADOS ADJUNTOS EN PARTE INFERIOR DE FOTOGRAFÍA DE PORTADA

"LA VIEJA ME TENÍA CHATO Y SI SALÍA ME AGARRABAN A POSTONAZOS" • REELECCIÓN PRESIDENCIAL: "¡AHORA SÍ; RICARDO!" • DIPUTADOS SON ESTATUAS HUMANAS: SOLO SE MUEVEN CON MONEDAS.-

ANALISIS:

- **"LA VIEJA ME TENÍA CHATO Y SI SALÍA ME AGARRABAN A POSTONAZOS".-** Nuevo ataque a Pinochet en tanto poderosa figura en el pasado caída en menos.

Al descomponer la proposición advertimos que Pinochet es elemento paciente de la acción.

Así, en el primer caso, "La Vieja me tenía chato", observamos a un Pinochet que reacciona ante circunstancias que lo hartaban (o lo tenían "chato", en cierto léxico juvenil).

A nivel de cultura popular, se llama "La Vieja" a la esposa, apelativo afectuoso aunque cargado también de una carga con un tanto de reproche. La "Vieja" que harta a Pinochet es, en este caso, Lucía Hiriart, la esposa¹⁹⁹. En esta edición²⁰⁰, se incluye una reseña de la actual vida doméstica del ex senador vitalicio, de cuyos antecedentes se puede colegir la alusión que propone el semanario:

"Es sabido que Augusto Pinochet cada día tiene menos conciencia de lo que pasa a su alrededor, que a menudo invoca a Mendocita y a Merino, y que ha vuelto a caerse al frasco (...) En Iquique²⁰¹ (...) la voz la ha sacado su esposa, Lucia Hiriart. En una entrevista al diario "El Nortino" (...) Cuando la periodista le preguntó si la idea de irse a vivir al norte era decisión del propio general, ella contestó: "Por supuesto, pues linda..., ¿cómo no va a ser una decisión personal si él es dueño y señor de decidir? ¿Usted no creará esa estupidez de que está loco o demente?". Pinochet no estaría ido, pero "pedido" si que está" (El subrayado es nuestro)

Finalmente, en cuanto al "Si Salía Me Agarraban a Postonazos", se trata del segundo postulado de la estrategia de mostrar a Pinochet como un hombre débil y a merced de sus cercanos. La táctica sigue una lógica del tipo: "Pinochet, antes detentador de todo el poder militar del país, ahora es amenazado por sus propios

¹⁹⁹ Tal supuesto se confirma al recordar la anterior portada del quincenario (Nº 81, del 11 de julio) que preguntaba: *"Y Ahora, ¿Qué Hacemos Con La Vieja?"*, en alusión a que, tras el sobreseimiento judicial definitivo de Pinochet, a mediados de 2002, Lucía Hiriart seguía como escollo para borrar de la memoria colectiva a la pareja.

²⁰⁰ Nota "Callen a la Vieja", sección "Quinta de Recreo", pág. 6.

²⁰¹ (Tras ser sobreseído, Pinochet llegó a Iquique el viernes 12 de julio de 2002. Pinochet está muy vinculado con esa ciudad: en su carrera militar fue Comandante en jefe de la Sexta División de Ejército de Iquique).

escoltas, quienes, en un gesto de displicencia, le acorralan con la inminencia de atacarlo con meros postones".

- **REELECCIÓN PRESIDENCIAL: "¡AHORA SÍ; RICARDO!"**.- El enunciado, alejado del tema "Pinochet como Sicópata", es un guiño del periódico -puede entenderse así, en tanto la cita con comillas no registra emisor- al Presidente Ricardo Lagos. The Clinic, de manifiesta tendencia pro concertacionista, lanza una de sus bromas y, tuteando al Presidente Lagos como si se estuviera en una conversación personal, le insta a postular a una eventual reelección, pese a que el Primer Mandatario se mostró negativo a tal posibilidad. En el fondo, no se ve en tal enunciado más que una *mera humorada en torno del poder oficial*.
- **DIPUTADOS SON ESTATUAS HUMANAS: SOLO SE MUEVEN CON MONEDAS**.- El mensaje resulta evidente.

De un tiempo a esta parte, en el centro de Santiago ha surgido un nuevo tipo de trabajo no profesional: el de las "estatuas humanas", hombres y mujeres que permanecen rígidos en determinadas posiciones ante la incredulidad de los frenéticos capitalinos. La metáfora busca criticar la labor de los diputados del país, los que deberían caracterizarse por su diligencia y laboriosidad, enmarcadas éstas en su labor de servicio público, para "servir al país y no para servirse", como recriminaría posteriormente el Presidente Lagos en una intervención ante la prensa.

La crítica al afán lucrativo y la pereza de los legisladores es un tema recurrente para The Clinic y se llenarían páginas y páginas con ejemplos²⁰² en

²⁰² En este caso particular, la pereza proverbialmente censurada remite a un caso particular: la falta de quórum para la aprobación de la ley para un Consejo Nacional de Cultura.

torno a tal postulado. Así, el enunciado aquí analizado tiene su correlato, explicación, complemento y profundización en una "noticia ficticia" contenida en la página 2:

Exigen incentivo económico para asistir a votar
**DIPUTADOS: "NO SE PUEDE LEGISLAR CON
EL ESTÓMAGO VACÍO"**

"Con 100 lucas por ley aprobada, estaríamos tiqui taca", calculó Laura Soto. La moción, de carácter urgente, fue aprobada inmediatamente con un cien por ciento de asistencia.

II.- EDITORIAL.-

II.I.- ASPECTOS FORMALES:

TÍTULO DE EDITORIAL: "Suerte Perra".

Autor: Patricio Fernández.

Nº de página en Edición: 5.

Nº de columnas de Editorial: 4

Párrafos de Editorial: 1

II.II.- DESCRIPCIÓN DE ESTRUCTURA TEMÁTICA **(conjunto jerárquico de temas):**

Este editorial presenta un hecho de actualidad, con rasgos de tragedia, ante el que la sociedad y la prensa -como espejo de sus anhelos- reacciona de modo morboso, alejado de cualquier sensata conmiseración.

Por aquel mediados del mes de julio de 2002, el país vio con estupefacción las consecuencias de un suceso tan vertiginoso como impensado: la casi muerte de una madre al ser alcanzada por una pesadísima piedra que atravesó el auto en que viajaba. El hecho, espantoso en sí, estaba remarcado por la noble actitud de la mujer: su cabeza recibió el impacto al proteger a la hija que le acompañaba y ante lo que el marido, que conducía, no alcanzó a reaccionar. De este modo lo avizora Fernández:

"Se supone que iban a Puente Alto, a ver la casa que se acaban de comprar y que recién estaban amoblando para empezar una vida juntos. De pronto la pantalla se llenó con la cara de él al borde de las lágrimas relatando a saltos cómo ella se agachó para proteger al niño en el instante mismo en que ese peñazco caído del cielo terminaba de atravesar el parabrisas. Resultado: Gladys terminó en el Hospital Barros Luco y con la cara y la cabeza hechas polvo".

De entre todos los juicios del párrafo nos resulta significativo:

- a) Que el autor destaque el contexto idílico en el que violentamente se desencadenó la tragedia. Fernández no favorece la violencia ni el odio intrafamiliar; al contrario, cuando escribe "*empezar a vivir una vida juntos*" el lector sabe que lo definido implica una perspectiva digna de encomio.

- b) Existe algo de fatalidad, en sentido clásico, en este castigo de una madre al resguardar a su hijo. Se trata de algo nefasto, impío y externo a ellos que les daña, sin saberse la causa. Tal interpretación se ve expresada en el texto cuando se refiere que el objeto agresor es un "peñasco *caído del cielo*", cuando en estricto rigor fue una piedra de procedencia desconocida.

Esa es parte de la descripción de los hechos.

A continuación, Fernández plantea el elemento que genera conflicto: una reacción poco humanitaria ante los dramáticos sucesos. En efecto, lo que podría esperarse, más que un redundar en el caso, debería ser un silencio respetuoso ante tal imprevisible infortunio.

Mas, aquello no sucede.

Pero la culpa de ello, no es absolutamente reprochable a la población. No: son los hombres de prensa los que, en un afán de espectacularidad noticiosa, se han vuelto insensibles, y con ellos sus audiencias²⁰³.

"Si ni en el Parlamento, ni en La Moneda, ni en la Sofofa, ni en el Ejército, estaba pasando nada relevante, quien sabe, tal vez a partir de este accidente pudiera llegarse a algo. Sus preocupaciones (de los periodistas), por lo tanto, fueron principalmente dos: descubrir a los verdaderos responsables de la tragedia y saber qué pensaban los familiares de la víctima que había que hacer con ellos. Sólo por ahí encontraba la noticia caminos de desarrollo interesantes".

Es *el Poder* el que llena las rutinas periodísticas, el Poder, sus contextos funcionales, implicancias y personeros. El hombre común ha pasado a un segundo plano ante las gigantescas estructuras del Estado y también del mundo empresarial.

Pero eso no es lo grave para Fernández. El autor de la Editorial enfatiza en que ciertos dramas pueden alcanzar categoría noticiosa siempre y cuando reciban un tratamiento: el dolor humano, de por sí, no es "mercancía" mediática, hay que resaltar ciertos puntos confrontacionales para que la miseria alcance el rentable logro de ser "interesante", en un contexto de mercados noticiosos.

Periodistas, camarógrafos y fotógrafos parten, pues, raudos a buscar culpables. Interrogan a las autoridades respectivas, de las que sólo encuentran, dice Fernández, *"palabras de buena crianza y sendas declaraciones inútiles"*.

Pero se habían conseguido, siquiera, algunos minutos de información para salir del paso.

Lo siguiente era buscar gritos de odio de los cercanos a las víctimas, hacerles explotar de rabia con tal de que la emotividad subiera al máximo y por medio de ese impacto se elevaran las audiencias. No obstante, insólitamente, los familiares...

²⁰³ La anterior Editorial N° 75 recoge un eco de tal sentimiento cuando, entre otros fragmentos, Fernández pronuncia: *"Hemos acompañado el llanto de miles de niños con un vaso de cerveza en la mano..."*

¡"dijeron estar preocupados solamente por la salud de su ser querido!", indica el editorialista.

Pero ¿es legítima esta búsqueda implacable de los causantes del drama? Para Fernández aquello huele a excusa, a mixtificación: la vida es más dura y difícil como para que algo o alguien respondan siempre por el sufrimiento humano: al fin y al cabo, por aquellos días, la hipótesis principal era responsabilizar a una mujer perturbada mentalmente de ser quien arrojó la piedra que casi mata a la mujer, sin intención, sólo obedeciendo a sus deseos.

No: la realidad, por sencilla, es más atroz:

"Y, es cierto, la pasarela pudo estar mejor protegida y la loca mejor cuidada, pero la pareja también pudo no haberse casado, no haber tenido auto, no haber tomado esa carretera, no haber estado alhajando la casa de sus sueños o haberse entretenido ese día en quién sabe qué, cómo ni dónde. Los alcanzó la "suerte perra". A la hora de sacarle partido a una noticia, sin embargo, no hay azar que valga".

El reclamo de Fernández apunta a que existen límites, incluso hoy cuando parece que todo debe ser visible, expedito y explícito. Ese margen que no debe franquearse separa lo que es público de lo que debe mantenerse en privado. Aquí el editorialista no hace una defensa de la vida "privada" de los artistas, o del silencio forzoso que rodea a los círculos de poder. No: aquí su llamado es a preservar (retornar a) la ancestral conmoción ante el dolor y la miseria humanos mediante un ejercicio respetuoso de prudencia, sensatez y circunspección. **El Editorial es, ante todo, un emplazamiento a la piedad solidaria ante la súbita zozobra del hombre y la mujer comunes.**

Pero los hechos dificultan tal llamado: el contexto socio-cultural tiende a la espectacularización de todo, incluido, por cierto el sufrimiento. El ser humano se ve sometido ante exigencias de mercado que quiere ver en todo mercancías. Son, como finaliza Fernández, **"dos proyectos en pugna"**.

Mas, antes de concluir ejemplifica tal antagonismo con las declaraciones de la madre de la mujer - víctima. Es, para el editorialista, la muestra patente de una honda paradoja de nuestro presente:

"(...)entrevistaron a la madre de Gladys y dijo: "yo no juzgo, no sé si la persona que tiró la piedra está enferma, pero si lo está, no la juzgo... Sólo quisiera pedirle a la prensa que sea más respetuosa, que no pasen por encima de la camilla de mi hija, porque le pueden hacer daño, y que no se agolpen tan bruscamente". Mientras unos querían avivar la noticia, ella sólo quería que su niña desgraciada volviera a vivir en paz". (los subrayados son nuestros).

II.III.- MENCIÓN EXPLÍCITA O ALUSIÓN DE PERSONAJES O GRUPOS HUMANOS NACIONALES O INTERNACIONALES (en torno de ellos ¿el editorialista expresa adhesión, legitimación, rechazo u otro?).

- **Juan Luis Martínez:** escritor chileno. Su obra se puede caracterizar, a grueso modo, como un intento de romper normas y temáticas literarias tradicionales.

Fernández lee su más emblemática obra ("La Nueva novela") cuando sucede el hecho que redundará en la base de la Editorial: su mirada de la difusión televisiva del caso de una pareja que conducía un vehículo por una carretera santiaguina y que fue impactada por una piedra de desconocida procedencia, que casi terminó con la vida de la mujer, la que se dañó al proteger a su hijo.

Lo imprevisto de lance motiva a que Fernández transcriba una misteriosa frase del escritor ("*Dado que va a ocurrir no sé qué ni cuando, ¿qué providencias toma usted?*"). La lectura, entonces, resulta casi profética.

Además, Fernández se refiere a la obra de Martínez como "anómala", paradójicamente un rasgo similar al caso abordado por el Editorial. Por otra parte, y en un hecho casi insospechado, la inclusión de Martínez permite otra lectura: Martínez fue un escritor fallecido relativamente joven y que no encontró eco existencial a su obra...

- **Gladys Valk Yañez:** es una mujer chilena sin mayor fama ni reconocimiento. Es sólo una compatriota más a la que la "suerte perra" damnifica con la desgracia de quedar moribunda luego de la caída sobre su cabeza de una enorme piedra. Para Fernández el caso es un estremecimiento, de esos que golpean una rutina como la que sustentaba, de estar "*con la televisión prendida y sin saber porqué ni para qué*".

Pero he aquí que el accidente es tan imprevisto que la mujer ni siquiera puede reaccionar y cae en el silencio y la inconsciencia. Se trata de esos casos del destino en los que la víctima se ve involucrada en hechos que le superan y anulan. Entonces, lo que podría esperarse es la solidaridad, pero no: la mujer queda sola y reducida a su condición de "*mujer joven*", "*joven madre*", pero ante todo de "*víctima*" "*herida*" y "*niña desgraciada*", de cuyo silencioso dolor se acopla el morbo periodístico, ante cuyo desempeño nos veamos forzados a encontrar -plantea Fernández- el cuestionable consuelo que "*nos absuelva del peso todavía mucho más aterrador de la casualidad*".

- **Manuel Contreras Labarca:** el esposo de Gladys no nos es presentado como un hombre indignado o vociferante. Sus gritos son sólo de horror, espanto e incomprensión ante la tragedia en la que se ve inmerso. No increpa con la

prepotencia de los poderosos, ni busca que *rueden cabezas* ante lo sucedido. El suyo es un lamento de rostro *"al borde de las lágrimas"*.

- **Vicky Barahona:** es una voz proveniente de un cierto tipo de poder. Para Fernández representa un prototipo de actuación mediática que sólo busca *mostrar sensibilidad social*.

Se trata, como se sabe, de una alcaldesa (Renca) de la derecha política, "UDI"; sin embargo, no es la afiliación partidaria lo que reprocha el editorialista, que, tal vez, hubiese hecho el mismo reproche de haber sido la declaración hecha por alguien afín al gobierno. Es el barullo mediático, la falta de prudencia ante el dolor de los demás:

"Desde un set de televisión especialmente dispuesto para tratar el caso, en tanto, la rubia y chillona alcaldesa de Renca, Vicky Barahona, le ofrecía a una tía de la herida toda la ayuda jurídica para sancionar a los responsables. Los responsables, los responsables..." (subrayados nuestros).

- **Madre de Gladys Valk:** es otra víctima indirecta del infortunio repentino. Ella, como madre de la afectada, sólo busca la recuperación de su hija, que cese el dolor y la pesadilla.

Sin embargo, Fernández opta por presentárnosla en tanto otra de las voces opinantes. A diferencia de la alcaldesa, la suya no es una proyección de violencia: es un clamor. Pero, ante todo, es un reclamo ante la perniciosidad habitual: *"sólo quería pedirle a la prensa que sea más respetuosa(...) y que no se agolpen tan bruscamente"*.

Es el gesto de una mujer impotente ante la muchedumbre, ante un país.

Una mujer, sola, luchando contra la sociedad absorta en una curiosidad malsana.

I.I.- PORTADA.

I.II.- TITULAR:

666 Marinakis - Navarrete- Las Rejas:
**"El Diablo es
mi copiloto"**

ANALISIS:

Si atendemos al mero titular, es indispensable vincularlo inmediatamente con un lema tradicional de los transportistas, pero más en particular de los microbuseros del país. Se trata de una consigna muy difundida, principalmente por medio de transcripciones adhesivas que pueden verse al interior de muchos microbuses: nos referimos al "Dios es mi copiloto".

En un primer momento, tal frase permite imaginar un quimérico transporte público asesorado por una presencia divina, resguardado por la compañía y eventual socorro de ésta. Es necesario recordar, además, que la función histórica "no escrita" de los copilotos de micro era, antes del funcionamiento de cobradores automáticos, recaudar dinero producto de pasajes emitidos. Entonces, Dios en tanto copiloto, aseguraría tales beneficios, amén de toda otra virtud atribuible a una asistencia eterna.

Pero, he aquí que el "copiloto" del refrán micrero no es "Dios", es "El Diablo". La trastocación es, dada la categoría antonímica, absoluta. Ya no se está en compañía de un ser del que pueda esperarse amor, bondad, filantropía, justicia, misericordia, amor y solidaridad universales, etc. Por tanto, en función de "copiloto", ya no pueden esperarse tales principios de un acompañante.

Ahora el compañero de viaje es el Demonio. No es necesario recurrir a literatura sobre materias satánicas para definirlo. Baste decir que el Diablo representa el mal por antonomasia; por lo tanto, puede asociarse a su figura la comisión de todas las mayores bajezas, ruindades, faltas, vicios, maldades, infracciones, imprudencias, falsedades, transgresiones, abusos, desobediencias, vulneraciones, crímenes, etc., y en un contexto legal, la comisión de delitos (ver, en torno a este punto, análisis de editorial de este número).

Puede imaginarse una locomoción colectiva con tal tipo de "copiloto". La idea ya había sido formalmente anunciada en un suplemento de The Clinic titulado "Dios Ya No Es Mi Copiloto (nuestra infernal locomoción)"²⁰⁴, en donde, como puede verse, se plantea que debido a los actuales manejos es que el gremio local de microbuseros perdió "apoyo divino". Como para reforzar la Tesis de "El Diablo es mi copiloto" en el suplemento se culpaba a los dirigentes micreros de, entre otros, lucrar, incurrir en "negocios turbios", atentar en contra del resguardo de la vida y salud de los pasajeros, arrojar a los conductores a caer en el consumo de drogas como cocaína para soportar abusivos regímenes de trabajo, etc. En síntesis: los dirigentes se estarían regulando por normas que se alejan del todo del bien social (virtud divina) para cometer actos egoístas y atentatorios (principio satánico).

Ahora bien, además está presente el epígrafe del titular. Está constituido de modo paródico, tomándose como objeto parodiado el formato de recorrido de micros. En tal sentido tenemos dos elementos:

- 1.- **666**: representa el número de recorrido. En este caso, se trata del 666 (el emblemático "número de la bestia").
- 2.- Marinakis -Navarrete - Las Rejas: éste es el recorrido de la micro de número satánico y que tiene como copiloto al diablo. Lo curioso es que de las tres menciones sólo una corresponde a una calle (Las Rejas). Las otras son dos son: el inicio del recorrido (el dirigente Demetrio Marinakis) y su punto medio (el también dirigente Manuel Navarrete). El destino de este microbús satánico es la calle Las Rejas, lo que podría ser rutinario para sus conductores, de no mediar el hecho de que aquí se representa, metafóricamente, una de las denominaciones populares de la prisión: Las Rejas.

I.II.- FOTOGRAFÍA DE PORTADA:



ANALISIS:

Lo primero que se percibe al mirar la fotografía es que su encuadre nos muestra un grupo de hombros y cabezas apretujados. De todas estas cabezas sólo un rostro se percibe con plena claridad, el del dirigente Marinakis. Su expresión denota aflicción, pero, ante todo, humillación, vergüenza, ignominia. A nivel de los puntos focales de la fotografía, su rostro está en el lugar más inferior, más bajo...

¿A qué puede atribuirse la expresión de Marinakis? En primer lugar, su talante oprimido puede inferirse del hecho físico de estar apretujado por otros cuerpos. No obstante, es el descubrir el carácter de sus acompañantes lo que permite responder la interrogante. En efecto, está rodeado por hombres de talante serio y que llevan en sus cabezas gorras con insignias con el escudo de Chile: carabineros. Si Marinakis presenta esa expresión no es porque le apoyen, sin lugar a dudas le apremian. ¿Porqué? ¿Ha delinquido?

La portada no lo expresa. Sin embargo, aquí es que salta a la palestra el dato de la periodicidad quincenal de The Clinic, por lo que queda patente que el periódico no informa del hecho sino que lo interpreta. El lance fue que los dirigentes microbuseros relacionados con el paro metropolitano de micros fueron encarcelados en información de público conocimiento. ¿La interpretación libre de The Clinic? Que fueron transportados a "Las Rejas" por estar apoyados por un "copiloto demoniaco, con todo lo nefasto que ello les implicó.

I.III.- ENUNCIADOS ADJUNTOS EN PARTE INFERIOR DE FOTOGRAFÍA DE PORTADA:

Micreros en la peni: "sin aceite no" * Ex presos cantan en las micros, ex micreros cantan en la cárcel * Marcha de la CUT: ¡Trabajadores al poder!..., Al poder conseguir pega.

ANALISIS:

- **MICREROS EN LA PENI: "SIN ACEITE NO".-** apelando al recurso del título de la portada de usar un enunciado presente en la misma locomoción colectiva y de masivo conocimiento, aquí se apela a una grosera humorada gráfica (la caricatura muestra a un perno y una tuerca. En clara alusión a los genitales masculino y femenino, respectivamente, la tuerca clama "no, sin aceite, no") con el fin de hacer pronóstico de la reacción llena de terror ante el destino que podría esperar a los micreros en la Penitenciaría de Santiago: la violación.
- **EX PRESOS CANTAN EN LAS MICROS, EX MICREROS CANTAN EN LA CÁRCEL.-** En primer término, debe reseñarse que el hecho de cantar en una micro representa una perspectiva de vida truncada, y dedicada a la mera búsqueda de recursos mínimos para la sobrevivencia, sin aspiraciones: el decir que los ex presos lo hacen nos permite suponer una crítica al sistema penal (en vistas a que propende a una inserción deficiente de ex reos). Por otra parte, la mención a los micreros nos permite suponer su destino: llegar al punto en que la rutina de una vida carcelaria les acostumbre incluso a cantar en sus celdas.
- **MARCHA DE LA CUT: ¡TRABAJADORES AL PODER!..., AL PODER CONSEGUIR PEGA.-** Como puede observarse, esta proposición se aleja del tema "microbuseros". Más que estar referido a una marcha en específico, aquí se toma a la CUT, como organismo unitario de los trabajadores. Antaño, cuerpo de

gran convocatoria social, hoy ha visto sus emplazamientos y adhesión menoscabados. En el contexto presente de neoliberalismo económico su impulso ha decaído y ya no existe lema ni consigna válido: todo se reduce a enfrentar la cesantía en Chile mediante el propio y solitario esfuerzo: *son utópicos y no sirven ni consignas ni comunitarismos.*

II.- EDITORIAL.

II.I.- ASPECTOS FORMALES:

TÍTULO DE EDITORIAL: "Ley Pareja".

Autor: Patricio Fernández

Nº de página en Edición: 5.

Nº de columnas de Editorial: 4

Párrafos de Editorial: 1

II.II.- DESCRIPCIÓN DE ESTRUCTURA TEMÁTICA (CONJUNTO JERÁRQUICO DE TEMAS):

Esta editorial tiene como macrotema la concreción de un paro micrero que dejó a Santiago casi sin movilización y la sanción inmediata de sus responsables. El transfondo va en el título: que todos deben ser iguales ante la ley.

La evolución de las ideas planteadas en este texto se inicia con el análisis de un hecho: la pública salida con esposas desde los Tribunales de Justicia de los principales dirigentes microbuseros del país, Demetrio Marinakis y Manuel Navarrete, una vez finalizado el paro mencionado.

En la Editorial, Fernández discute algunos planteamientos sobre lo innecesario de permitir que los medios periodísticos mostraran a los dirigentes engrillados, porque eso sería digno de criminales.

Aquí es donde nos encontramos con una primera fricción: el autor no equipara delincuencia ni con pobreza, o distinción o moralidad. Delincuentes serían, la palabra lo dice, los que delinquen. Y los dirigentes microbuseros delinquieron:

"(...) como si "ser delincuente" fuera una categoría natural que no le va del todo ni a los empresarios, ni a los políticos, ni a los curas, ni a otros personajes públicos que antes de embarrarla estaban protegidos por la aureola santa de la farándula. (...) la ley no está para perseguir a una raza llamada DELINCUENTE, sino para castigar a todos aquellos que cometen un delito. Y eso es lo que hicieron los micreros a comienzos de la semana pasada: delinquieron".

Vemos aquí no una legitimación de la delincuencia. Es sólo una aclaración en torno de que el concepto "delincuente" está manoseado, carente de fuerza, atribuible a algunos sólo por una lógica llena de inercia.

Tras eso, un elogio al gobierno de Lagos. Justamente, a nuestro juicio, el Editorial le encomia actuar con una *"claridad que desde hace tiempo le venía faltando. Dijo "no", cuando había que decir "no", y en vez de negociar la ley, simplemente la hizo respetar"*.

Lo que sigue es una crítica al servicio de los microbuses, que al fin y al cabo no es un tema menor pues atañe a la mayor parte de los santiaguinos, entre ellos y fundamentalmente a los más pobres que no poseen automóvil. Es que resulta paradójico que un gremio paralice la movilización de la capital del país sobretodo si se considera que su servicio merece calificaciones ya tachables. Fernández nos habla de una movilización *bárbara*, que transita *por calles innecesariamente repletas*.

Más allá de eso, la instancia sirvió para demostrar que la actual movilización colectiva contamina por emisión de gases y ruidos. Pero también y quizá algo más importante, la instancia sirvió para mostrar una faceta distinta del santiaguino: su sorpresiva solidaridad ante lo adverso (pese a que algunos la redujeran a ganar algo de dinero):

"Muchos que tenían auto llevaban a dedo, otros cobraban algo, y otros abusaban descaradamente. Estaba

en todos la voluntad de no dejarnos doblegar. Tal vez por eso, más allá de las dificultades y aunque el país perdió cerca de cien millones de dólares, podría decirse que fue un día feliz."

Se trataba, sostiene Fernández, de imaginar una ciudad con un transporte público eficiente, ante el que el ciudadano pudiera sentirse satisfecho; no el actual, que le somete a una razón de lucro y del todo alejada del "bien público".

Finalmente, se llega al encarcelamiento de los máximos dirigentes micreros. Aquí el pueblo se alegra de nuevo, piensa el editorialista. Lo que plantea es el surgimiento de una alegría en común al constatarse que, como pocas veces en los últimos años, los poderosos también pueden ser juzgados:

"No es que hubiera ánimo de venganza ni rabia, sino simplemente por el placer de sentir que estábamos siendo un poco más iguales. (...) la ley pareja no es dura, que aunque algunos les duela, simplemente es ley."

II.III.- MENCIÓN EXPLÍCITA O ALUSIÓN DE PERSONAJES O GRUPOS HUMANOS NACIONALES O INTERNACIONALES (en torno de ellos ¿el editorialista expresa adhesión, legitimación, rechazo u otro?).

La Editorial "Ley Pareja" sólo menciona dos nombres: **Demetrio Marinakis y Manuel Navarrete.** Ambos en su calidad de máximos directivos del Consejo Metropolitano de Transporte Colectivo fueron los cabecillas²⁰⁵ de uno de los mayores actos de desafío que ha debido enfrentar el gobierno de Ricardo Lagos: la paralización de la casi totalidad de microbuses de locomoción colectiva que circulan por Santiago. Como puede imaginarse, tal situación derivó en una trastocación de las

²⁰⁵ Pese a que en un primer momento trataron de desvincularse, posteriormente reconocieron su dirección del paro.

actividades de la capital del país. La razones aducidas por los dirigentes dejaron entrever la salvaguardia de sus intereses económicos.

La conflictiva postura fue repudiada y mereció censura en prensa de izquierda y derecha²⁰⁶. Ni siquiera la población, a la que los microbuseros pedían comprender su eventual "complicariedad económica", solidarizó con ellos.

En su Editorial, The Clinic se hace parte de este disgusto. Plantea que los dirigentes microbuseros, pese a su poder, no son intocables. Entiéndase bien: cuando Fernández recuerda que los microbuseros recibieron trató de delincuentes es porque en eso se habían convertido: en delincuentes.

Es una opinión general que el gremio de los micreros actúa con una cohesión sorprendente a la hora de resguardar sus riquezas, que tiene una dirigencia que se aferra al poder de un modo que recuerda viejas usanzas, que saben el poder que les confiere poseer el monopolio de la movilización capitalina. En tal sentido, elocuente es que a D. Marinakis se le haya llamado "El Padrino", en alusión al jefe de mafia italiana Vito Corleone, que representara un célebre actor estadounidense.

"El Padrino"... Siguiendo con esa nomenclatura es que P. Fernández se refiere de un modo que es todo menos elogio, para definir a los dirigentes presos: los "capi mafia", los *capos de la mafia*.

²⁰⁶ Las Últimas Noticias publicó en su portada del 13 de agosto de 2002 una fotografía de ambos dirigentes. El titular fue:

Demetrio Marinakis y Manuel Navarrete,
líderes del chantaje a la ciudad
**SANTIAGO NO AGUANTA MÁS
A ESTOS MICREROS.**

5.5.7.- THE CLINIC N° 86
(martes 17 de septiembre de 2002)

L-PORTADA:

I.I.- TITULAR:

**TIQUI -TIQUI -TI, TIQUI - TIQUI - TI
"¡VIVA MEDINA,
MIERDA!"**

ANALISIS.-

Este ejemplar aparece -a diferencia de la usanza tradicional de los jueves- un día martes, 17 de septiembre. La fecha obedece seguramente al motivo estratégico de sacar The Clinic a las calles el día previo al inicio de Fiestas Patrias (18 y 19 de mes).

Su titular se inscribe, pues, en ese contexto inmediato.

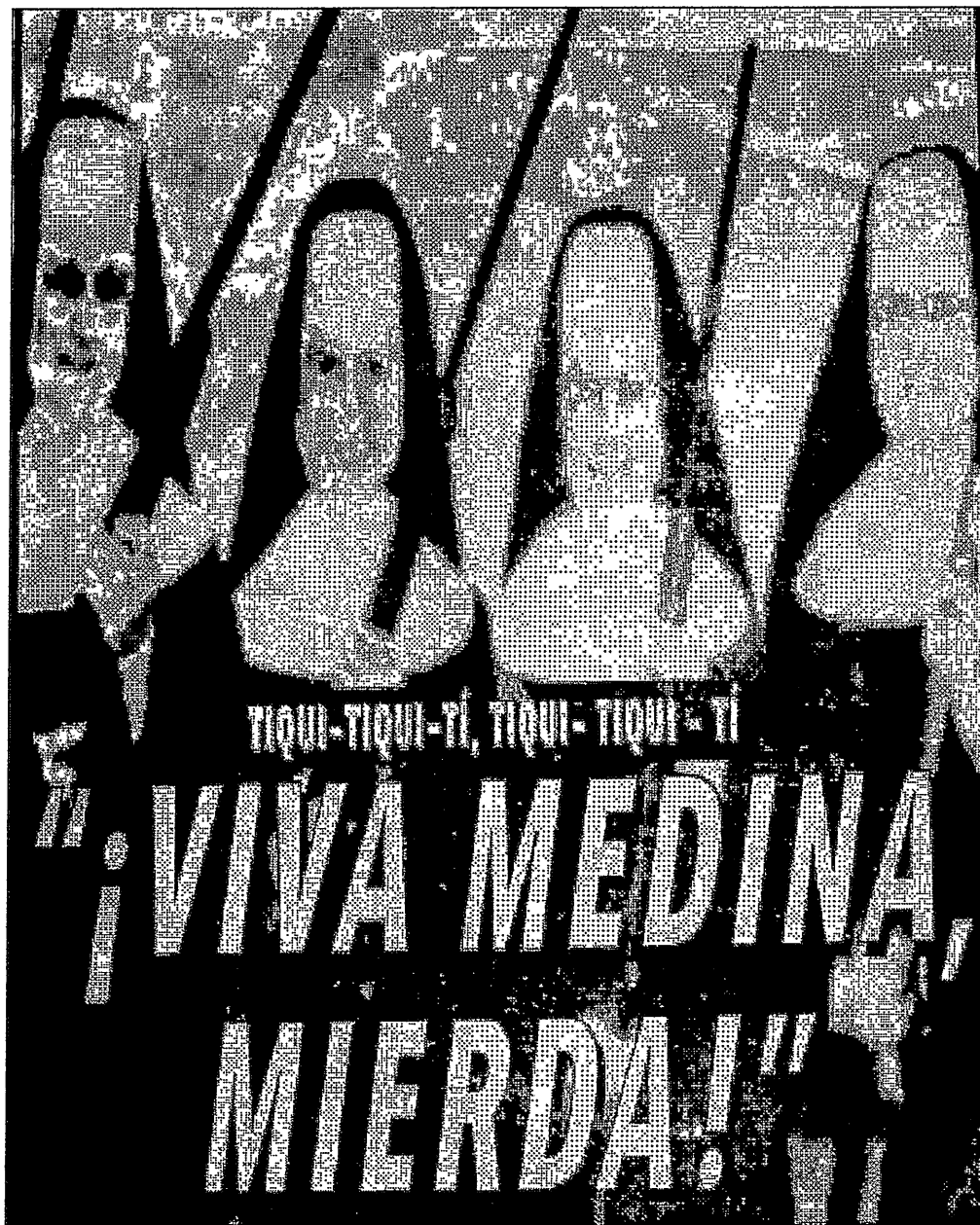
La conmemoración de Fiestas Patrias es ambivalente en nuestro país. Efectivamente, los dos días mencionados son feriados e hipotéticamente deberían servir para recordar la gesta de todos los que lucharon porque Chile fuera una nación independiente, hace cerca de 200 años. Pero el tiempo tampoco pasa en vano, y la misma reseña de esta celebración nos muestra que el espíritu cívico y las loas a la heroicidad, han dado paso usualmente a festividades que tienen poco de ceremonial, plenas de emborrachamiento, baile y espíritu lúdico, cuya manifestación global alcanza su mayor expresión en las "Fondas".

Tal como señala uno de los autores contenidos en nuestro Marco Teórico, el ruso Mijail Batjin en la fiesta popular la gente entra en un mundo que obedece a lógicas alejadas de lo cotidiano, *"en el cual son abolidas las leyes y reglas que rigen la cotidianeidad, se cancelan las jerarquías sociales"*. Se trata, en síntesis, de un espacio en el que resultan a la orden del día *"las profanaciones de lo sagrado y de lo jerárquicamente superior"*.

Para este número de Fiestas Patrias en su titular The Clinic ha optado por equiparar, en un grito de celebración popular, al aún no renunciado (y uno de sus "archi enemigos" más evidentes) Monseñor José Medina con... Chile. El recurso apela a la eventualidad de una elocución de las que haría un alegre y enfiestado chileno en medio de estas celebraciones, con léxico procaz

Pero he aquí que ese tradicional "Viva Chile, Mierda", propio del orgullo patrio de estas fiestas, se ha transformado en "¡Viva Medina, Mierda!". Para comprender tal leyenda, debemos recurrir a complementarla con la imagen en la que está inscrita.

LII.- FOTOGRAFIA DE PORTADA.-



ANALISIS:

Como es usanza tradicional (rutina que incluye, por cierto, excepciones) el titular de portada de The Clinic está dispuesto sobre la fotografía principal, lo que evidentemente influye a la hora de plasmar su lectura.

En la foto de la portada analizada se nos presenta a cuatro monjas. La imagen no tendría nada de sorprendente... ¡de no ser porque cada una sonríe y porta un fusil! Ahora bien, para el lector la propuesta es percibida en tanto las cuatro religiosas miran hacia el centro del recuadro de la foto, en cuyo inferior se encuentra el titular. Entonces, se comprende que el festivo vitor ("¡Viva Medina, Mierda!") lo pronuncian ellas.

Una disquisición primaria puede vincular ladinamente a las religiosas con Medina. Pero, si se posee una información anexa, puede llegarse a una definición mucho más precisa. En efecto ¿a quienes representarían las imágenes de estas religiosas? Para interpretarlo, The Clinic se centra en una expresión del mismo Monseñor. En efecto, en una entrevista (insólita, dado el programa y el entrevistador) en el programa magazinesco "De Pé a Pá", contó al conductor Pedro Carcuro que su sueldo, que ascendía a cerca de dos millones de pesos mensuales, lo ocupaba, aparte de gastos elementales, en pagar sus pasajes de avión²⁰⁷ y... ¡en cancelar la remuneración de dos monjas que lo cuidaban en casa!, entre otros.

Ahora bien, pero ¿porqué la glorificación de éstas a Medina? Para comprender la, en un primer momento, misteriosa unión entre título y foto de esta portada, hay que acudir a la malicia plebeya. En ese sentido, hay que traer a colación ciertas elocuciones propias del léxico popular: una de ellas apunta al festivo pronunciar de una exclamación que debería pronunciarse tras la conclusión de una relación sexual

²⁰⁷ Ante ello, el comentario de The Clinic fue "Ojalá que viaje bien seguido para que se endeude y lo metan preso". The Clinic, n° 86, 17 de septiembre de 2002, pág. 6.

satisfactoria. Tal expresión es "¡Viva Chile!"²⁰⁸. Se comprende, entonces, la ironía del periódico: lo que se postula es ¡que Medina, paladín de la ortodoxia moral y de una disciplina severa, tendría trato carnal con monjas! De ahí que también se buscaría acentuar tal gozo de las religiosas (no se olvide que sonríen) con la expresión "Tiqui - Tiqui -Ti", netamente "dieciochera" y asociada al baile y la celebración.

Luego una nueva lectura surge, y aparece como amenazante. Porque ¿no se busca simbolizar un sadismo revestido de religiosidad al presentar a sonrientes monjas portando fusiles? De no ser esto así, al menos hay está la imagen que nos presenta a las religiosas portando, no efigies santificadas sino que armas, cuyo fin esencial es matar, matar al semejante. En este sentido ¿no se nos propone una visión de la religiosidad católica que invierte las estipulaciones de un sagrado mandamiento como *amarás a tu prójimo*? Las interpretaciones pueden ser más; sin embargo, la nuestra es que **se nos entrega en esta portada una simbolización de la Iglesia Católica como representante de una violencia subrepticia, de insinceridad, lascivia y de discursos morales de doble contenido, cuyo patriarca en funciones sería Monseñor José Medina (al que por estas razones The Clinic dedica constantemente agudas e intransigentes críticas).**

²⁰⁸ (Tal elocución fue constantemente pronunciada por el animador "El Rumpy" en su programa "Chacotero Sentimental", por lo que no en poca medida se hizo conocida masivamente).

**I.III.- ENUNCIADOS ADJUNTOS EN PARTE
INFERIOR DE FOTOGRAFÍA DE PORTADA :**

ESTE 18 CHILE PIDE FLEXIBILIDAD PA `TOMAR • RICARDO CLARO SE CURÓ EN LA RAMADA DE ICARE • LAVÍN OTORGARIA BONO A LOS ABSTEMIOS • PINOCHET, PRIMER CURAO DE LA PATRIA • SAN MERINO, PATRONO DE LAS FONDAS, RUEGA POR NOSOTROS.

ANALISIS:

- **ESTE 18 CHILE PIDE FLEXIBILIDAD PA `TOMAR.-** El proyecto de flexibilidad laboral impulsado por el gobierno, implica jornadas de trabajo, salarios, tipo de funciones, etc., adaptables según los requerimientos del mercado laboral, por lo que se postula que cierto porcentaje desocupado podrá acceder a ciertas faenas parciales. La propuesta del periódico de que -debe comprenderse el contexto de festividad- Chile pida "flexibilidad pa `tomar", remite a su llamado al gobierno de Lagos por no dejarse llevar por presiones y opte por beneficiar a las mayorías, por el bien común, aunque este "bien común" pueda ser pasajero como una felicidad chispeante de borrachera.
- **RICARDO CLARO SE CURÓ EN LA RAMADA DE ICARE.-** Ricardo Claro, en tanto dueño del canal de TV Megavisión (reflejo de la ideología y visión valórica de su titular) y poderosísimo empresario, ha merecido numerosas ironías de The Clinic. He aquí una más.

En su intervención en el encuentro empresarial de ICARE en septiembre de este año, Claro llamó al Presidente Lagos a poner "fin a la fiesta de los irresponsables". En la oportunidad, según la versión libre de The Clinic, pronunció su discurso ebrio y, como se sabe, los ebrios carecen de la facultad de hilvanar bien sus ideas y sufren de incontinencia verbal. Es decir, las palabras de

este poderoso, ex colaborador del Régimen Militar, valóricamente conservador, empresario, etc., no merecen ningún crédito, plantea el quincenario.

- **LAVÍN OTORGARIA BONO A LOS ABSTEMIOS.**- Según el periódico - que, como ya se señaló, califica a Lavín de "ni fu ni fa"- el alcalde de Santiago se ha desempeñado mediáticamente y enfatizando en medidas espectaculares sin eficacia real. En esto se inserta este novedoso "bono a los abstemios" que, como puede intuirse, no va más allá de una mera estrategia con motivo de Fiestas Patrias.

Esta crítica a la vana laboriosidad de Lavín ya había tenido entre otros antecedentes esta noticia ficticia del ejemplar del 30 de mayo:

GRAN MUESTRA DE PRAGMATISMO DEL EDIL LAVÍN HIZO 25 COSAS CONCRETAS EN UN DÍA

Ayer condujo el auto, prendió la tele, se masturbó, se probó una alpargatas, abrió un cajón, puso un compact, se extrajo una mucosidad e hizo una bolilla, miró un calendario, masticó la comida, se acomodó los anteojos, se agachó a recoger un lapiz, prendió una luz, marcó un teléfono, chasqueó los dedos, tarareó una canción, se acordó de una tía, se tiro un pedo, se miró al espejo, se apretó un dedo, hizo mandar un mail, leyó un graffiti de la Catedral contra él, se pegó un cabezaso, bostezó y se tragó un chicle por bostezar.

- **PINOCHET, PRIMER CURAO DE LA PATRIA.**- Otra vez la táctica es la de deslegitimar históricamente a Augusto Pinochet. Si durante nuestro período analizado se le había acusado de "sicópata" (Nº 82), ahora se le reduce a la calidad de beodo y su importancia histórica a ser "*el primero de la patria*", pasando a llevar, subrepticamente, a los pinochetistas quienes juzgan al ex senador "*salvador de la patria*".

- **SAN MERINO, PATRONO DE LAS FONDAS, RUEGA POR NOSOTROS.**- La cita aquí remite al mismo discurso satírico, aunque esta vez la identificación es más fácil: los chilenos, incluso en la época del régimen militar, estuvieron familiarizados con el hablar zigzagueante de José Toribio Merino, ex comandante en jefe de la Fuerza Aérea. La ridiculización del personaje consiste lisa y llanamente en descontextualizar su estado de fallecido para instaurarlo como simple patrón de fonda. En síntesis: una nueva degradación histórica a uno de los protagonistas y símbolo del régimen de Pinochet al que, sin permitir asomo de dudas, durante su trayectoria The Clinic ha dedicado numerosos espacios... de aborrecimiento.

II.- EDITORIAL.-

II.I.- ASPECTOS FORMALES:

TÍTULO DE EDITORIAL: "Al Fondo, en el Espejo".

AUTOR: Patricio Fernández.

Nº de página en Edición: 5.

Nº de columnas de Editorial: 4

Párrafos de Editorial: 1

II.II.- DESCRIPCIÓN DE ESTRUCTURA TEMÁTICA (CONJUNTO JERÁRQUICO DE TEMAS):

A modo de preámbulo, debemos reseñar que esta es una Editorial que no guarda estricta semejanza formal con sus predecesoras en el marco de este trabajo. En efecto: aquí lo relacionado no es un par de fenómenos para inferir una conclusión. La estructura formal apunta a conectar un objeto particular con un macrotema, relacionándoles en una suerte de metáfora.

El elemento es el cuadro del pintor español Diego Velázquez "Las Meninas"; el macrotema, la "importancia y el papel del Estado".

Para entender hacia adonde apuntan las derivaciones de Fernández, es necesario decir algunas ideas con respecto al contenido del cuadro sobre el que se basa, el que según el Editoralista *"guarda su clave muy en el fondo"*. Para ello compendiamos antecedentes de su descripción.

Se trata de la exposición de una escena cortesana contemporánea al pintor. El cuadro le incluye, además de unas infantas, un enano, un perro, y un par de personajes más, en primer plano, la mayor parte de los cuales miran hacia el frente del cuadro.

En un punto a la derecha, hay un pequeño espejo que refleja a un pareja madura, que emana dignidad. Extrañamente, la pintura sólo muestra el reflejo de sus rostros en el espejo; no, los cuerpos de los que surgen: es como si fuesen fantasmas. Los rostros pertenecen a los reyes españoles Felipe IV y Mariana, que rigieron entre 1621-1655.

Pues bien, para los efectos analógicos que busca Fernández esos reyes son el Estado:

"En ese cuadro, el Estado apenas se ve, está en realidad fuera del espacio doméstico retratado por Velázquez (...) (los reyes) simplemente miran, pero el motivo por el cual esa mirada es tan importante, es porque de no estar allí, de no existir, toda la armonía de la corte que admiramos, se vendría abajo. El Estado en otras palabras, es el aire apacible que los envuelve. Sabemos, por la historia, que ese aire estatal también puede ser convulso y opresivo"

Hasta este momento Fernández habla por medio de lo que se ve en la pintura. Plantea que el Estado debe ser una presencia, e idealmente "apacible". Además, no debe penetrar en el ámbito privado, y sólo de ese modo puede preservar una armonía.

Pero por otra parte si se considera que el neoliberalismo en nuestra economía propende a las privatizaciones. Entonces, si el Estado decrece en posesión ¿cómo mantiene su presencia? Es evidente que debe hacerlo por otros medios. Por otro lado, y en estricto rigor ¿hasta que punto es necesaria esta presencia estatal?

Plantea Fernández que el actual debate sobre privatizaciones, hace el quite a *pensar el tamaño, las funciones, etc., del Estado*. Más allá de la inmediatez de un intercambio de dinero por propiedades, es necesario entablar un diálogo con altura de miras, no tan sólo contingente, sino que con visión al futuro. Pero tal debate debe

superar cualquier fanatismo, ceguera, etc., como el que sustentan algunos en torno del Estado:

"Ciertos liberales hiper ideologizados parecieran despreciarlo, mientras otros hiper ideologizados lo adoran como un Dios"

Poderosamente elocuente para los efectos de este trabajo resulta la frase anterior. Devela, sin matices, la postura de The Clinic, a menudo solapada bajo el usual manto de chanzas que cubren muchas de sus críticas. En efecto, si se considera que el periódico ha hecho no pocos esfuerzos por posicionarse como una fuente crítica del neoliberalismo (apelando, aparte del humorismo, también a reportajes, columnas y entrevistas de corte serio), su posicionamiento ante la economía de raíz izquierdista es un tanto más difuso e inaprehensible para los lectores comunes. Aquí el editorialista lo dice: la postura de liberalismo excesivo y la de izquierda ultra estatista son cuestionables de acuerdo con la ideología del periódico (en tanto entidad global, de la que, puede suponerse, opina su Director en representación). Sin posicionarse necesariamente en un "centro" político y económico, postulan errores en los extremos²⁰⁹. *Por otra parte, el que Fernández se refiera a "Ciertos liberales hiper ideologizados" y en cambio luego indique "otros hiper ideologizados (de izquierda)" sin señalar si se trata de socialistas, comunistas, etc., no deja de llamar la atención: ¿no podría pensarse que se trata de una táctica para eludir menciones que podrían considerarse "odiosas" y originarle conflictos con la izquierda política? No sabemos. En todo caso, la omisión está.*

Según el editorialista, el Estado ha de instalarse en un punto de equilibrio, una zona que no lo abarque todo ni que sea desaparición. Debe ser *"discreto pero esencial"*.

²⁰⁹ En ese sentido, cobra especial relevancia la afirmación del académico nacional Eduardo Santa Cruz realizada a este tesista en entrevista con motivo del presente trabajo, en torno a que The Clinic representaría, principalmente, a partidarios del llamado sector "autoflagelante" de la Concertación (Ver Anexo N° 4), no obstante que Patricio Fernández discrepe de tal visión.

"¿Quién hablaría por los débiles si no hubiera Estado? ¿Quién los protegería? ¿Quién haría cumplir la ley cuando un pedante quisiera pasarla por alto?", se pregunta Fernández.

Entonces, esas son algunas de las funciones del Estado: ser portavoz de los débiles, resguardarlos y hacer respetar la ley.

¿Portavoz de qué, concretamente? De las demandas y quejas de los débiles, probablemente. El asunto es: y si éstas demandas son excesivas ¿cómo reacciona el Estado?, ¿puede resolverlas? A menudo resulta difícil, sobretodo considerando los cambios económicos.

Resguardar a los débiles ¿de quién(es)? Como es comprensible: de los poderosos. Hay diversas clases de poderosos en la sociedad chilena: muchos provienen de asentamientos del pasado dictatorial, otros están en instituciones que rigen conductas y restringen libertades, etc. En la actualidad, sin embargo, los enemigos que más afectan la vida de los débiles se encuentran en quienes detentan el poder económico: es contra ellos, particularmente, que el Estado debe proteger a los débiles. Por eso, se entiende que el empresariado abogue, de una u otra manera, por la reducción del Estado (por ello, también es comprensible (y consecuente) que un periódico como The Clinic, que se plantea "firme junto al pueblo", defienda el rol del Estado como ente protector²¹⁰).

²¹⁰ La defensa del Estado hacia los débiles también está íntimamente vinculado con el tema de dos editoriales anteriores en el período analizado: "La Mugre está debajo de la Alfombra" (nº 78, 30 de mayo) y "Ley Pareja" (nº 84, jueves 22 de agosto).

Se ha registrado, por otra parte, un hecho sintomático: Eduardo Frei Ruiz Tagle, ex Presidente de la República, fue objeto de mofa constante de The Clinic; Ricardo Lagos, en cambio, ha estado casi ausente de los sarcasmos del periódico, los que han remitido a personeros puntuales, los ministros Artaza e Eyzaguirre, entre unos pocos. La actitud decidida de Lagos para enfrentar conflictos, así como su imagen como garante de un Estado "fuerte" y protector resulta, al parecer, respetable para The Clinic.

Hacer respetar la Ley... esto está muy relacionado con la voluntad del actual gobierno por establecer una legislación más igualitaria y expedita, dentro de lo que se inscribe la Reforma Procesal Penal. Fernández pide al Estado hacer respetar la Ley cuando *un pedante* quiera pasarla por alto, lo que en el contexto de este trabajo, es un claro guiño a una Editorial anterior en donde se celebra el encarcelamiento de dirigentes micreros que comandaron un paro de locomoción en Santiago.

Finalmente, pese a que el editorialista se confiesa vacilante sobre el sentido de excesivas privatizaciones (*"todo depende en buena medida de lo que se haga con la plata"*) reitera su defensa del Estado, el que *"no debe ser desmantelado"*.

El llamado es uno: **mantener una regulación del poder del Estado con respecto a si mismo y frente a sus adversarios: defender su fuerza, pero no extralimitarse.**

"El Estado necesita poder: el bastante para que nadie le pase por encima, y lo bastante regulado como para que él no le pase por encima a nadie".

II.III.- MENCIÓN EXPLÍCITA O ALUSIÓN DE PERSONAJES O GRUPOS HUMANOS NACIONALES O INTERNACIONALES (en torno de ellos ¿el editorialista expresa adhesión, legitimación, rechazo u otro?).

Esta editorial no menciona ni alude a ningún personaje, por un hecho esencial: se aboca a un tema general, que no se plantea ante un acontecimiento específico, porque va más allá de aquello.

En todo caso, el único nombre es el del pintor Diego Velázquez, en tanto autor de un cuadro que motivará reflexiones en el editorialista.

ANEXO 1.-
ENTREVISTA A PATRICIO FERNÁNDEZ
(Director de The Clinic):

" Mis editoriales son mi pequeño espacio personal en The Clinic"

- Patricio Fernández ha alcanzado público reconocimiento por ser la cara visible del periódico The Clinic, por lo que ha merecido numerosas entrevistas. Es que el medio que dirige no ha estado ajeno a ciertas polémicas, ante las que Fernández ha salido al paso sustentando argumentos a favor de la pluralidad de expresión y de la libertad para ejercer la ciudadanía haciendo valer su derecho inherente de crítica.

Se le ve cómodo en los juegos del debate, en el mirar la realidad desde puntos de vista opcionales, cómo así lo demostró en sus días como panelista del programa de Chilevisión "El Termómetro", durante el primer semestre de este año.

Fernández nació en 1969 y estudió en el colegio Verbo Divino. Luego, entró a la Escuela de Derecho de la Universidad de Chile y estudió un par de años. Se retiró y derivó a Literatura y Filosofía en la Universidad Católica, en donde se graduó con una tesis sobre Adolfo Couve, pintor y escritor chileno. Posteriormente, comenzó a viajar por Europa y Medio Oriente, y se dedicó a investigar el arte renacentista en Florencia, por unos años, por lo que conoce mucho de arte y lengua italiana.

De vuelta en Chile, comenzó a escribir críticas de arte y columnas en diversos medios, entre ellos, Las Últimas Noticias. En 1998 pasó de ser colaborador de prensa a convertirse en el director de The Clinic. Junto a Rafael Gumucio, Angel Carcavilla, Roberto Brodsky y Guillermo Hidalgo, además de otros conocidos intelectuales como Pedro Lemebel, lograron que el medio alcanzara ventas inesperadas.

Fernández, además, dirige la colección literaria Ojo x Ojo, de Ediciones B, y publicó a inicios de 2002 su primera novela, "Ferrantes", en Editorial Grijalbo.

La presente entrevista contiene una salvedad: dado que en las páginas de nuestra tesis existen abundantes reseñas de opiniones de Fernández sobre la historia y contenidos de The Clinic, optamos por preguntarle fundamentalmente en torno de un aspecto diferente y, hasta donde tenemos conocimiento, casi inabordable en sus declaraciones y conversaciones publicadas en la prensa nacional: su labor como editorialista de The Clinic.

Existen ciertos enunciados que nos parece pertinente destacar en el contexto del tema de esta tesis, por lo que serán subrayados.

- *¿Cuál es su parecer de lo que ha significado The Clinic para nuestra sociedad en tanto medio considerado irreverente y cuestionador?*

- Supongo que ha significado un poco de aire fresco, quizás incluso un cierto alivio para muchos: el alivio de dialogar por medio de nuestras páginas con otros y con un lenguaje diferente.

Se habla mucho de nuestra irreverencia, pero a veces creo que esa supuesta irreverencia no es otra cosa que la puesta en la escena pública de un tono y una mirada que muchos comparten en privado. Este es un país donde demasiadas cosas no se dicen, sino que se murmuran. Nosotros sacamos ciertos murmullos a la luz.

- *¿Qué motiva que sólo a partir del N° 7 se identifiquen usted como Director Responsable y como Productor Ejecutivo Marco Henríquez? ¿Por qué en los primeros números se usó el anonimato?*

- Nuestros primeros números fueron unas páginas que salieron a deambular. No fueron una revista. Esos primeros números más bien eran panfletos raros, panfletos poco panfletarios, pero panfletos al fin y al cabo. ¿Quién firma los panfletos? Nos hubiera parecido incluso pretencioso hacerlo. Con el paso de las semanas, fue la gente la que se encargó de subirlo de pelo. No había ánimo de clandestinidad. No estaba entonces en mente el Clinic que existe hoy. Eran palabras y fotos echadas a volar y en busca de ningún futuro. ¿A quién podía importarle de quién vinieran? Nosotros pensábamos que a nadie.

- *¿Qué evolución en su pensamiento puede advertir luego de 4 años de escritura de editoriales? ¿Mayor rigor? ¿Tolerancia? ¿Otros? ¿Puede sostenerse que hoy usted enarbola un discurso más "duro" e inclemente que en las editoriales de los primeros años?*

- Creo, o quiero creer, que he ganado un poco de amplitud, un poco de comprensión y un poco de complejidad. Esto último, la complejidad, no en el sentido del enrevesamiento ni de la complicación, sino muy por el contrario, en el sentido de incorporar más datos y más mundo a la hora de escribir. Las primeras editoriales, imagino, eran más rabiosas y más vociferantes. También es cierto que había hechos indignantes en torno nuestro (el caso Pinochet se adueñaba del tapete).

No creo que hoy mi discurso sea más duro. Por el contrario, tiendo a pensar que es más comprensivo de todas las dificultades y, por lo mismo, mucho menos ideológico. Para contradecirte más todavía, diría que es más clemente.

- *¿Qué caracteres tiene la ideología que usted, como representante del equipo The Clinic, sustenta en sus editoriales? ¿Existe alguna actualización de postulados "contraculturales" en sus textos? Sobre lo anterior ¿puede sostenerse algún elemento de comunidad ideológica en The Clinic, considerando la heterogeneidad de su equipo y de sus colaboradores?*

- Mis editoriales no pretenden ser un manifiesto alineador para todos los que trabajan en The Clinic. Eso en primer lugar. Son la mirada del director del medio, mirada que, quizás, sin tender en lo más mínimo a uniformar a los demás, lo que hace es dar un tono, así como el primer violín de una orquesta, tras el cual comienza un

concierto. Primer violín más que director de orquesta. No sé si después la sinfonía desentona, pero me gusta mucho el hecho de que en nuestras páginas aparezcan reflexiones o ideas o tallas que no necesariamente debo compartir. La revista es una plaza en la que descansan muchos.

- *El académico Eduardo Santa Cruz me afirmó²¹¹ que The Clinic representa en gran medida las inquietudes del "sector autoflagelante" de la Concertación? ¿Hasta que punto adhiere con esa apreciación?*

- En ningún punto. No es así. Si algo caracteriza el espíritu The Clinic es que no somos autoflagelantes. No nos gusta la flagelación.

- *¿De qué tipo, cree usted, es el lector que adhiere con sus editoriales? ¿Intelectual crítico? ¿Popular? ¿Desengañado? ¿otro?*

- Para ser franco, no tengo idea. Me gustaría, en todo caso, que fuera un público bien intencionado e inteligente, ojalá sensible. Me gustaría que fueran esos que no creen en las respuestas definitivas y que, por lo mismo, son capaces de leerme con apertura y ánimo de diálogo.

- *¿Qué reacción busca usted suscitar con sus editoriales? ¿Indignación? ¿Piedad? ¿Tristeza? ¿Otra?*

- Depende de la editorial, es decir, todas las anteriores y otras muchas. Pero la verdad es que más que pensar en el lector y en la reacción que me interesa causarle, mis editoriales son el reflejo de reflexiones y estados de ánimo más bien personales. Me pongo yo, como ciudadano cualquiera, a hablar desde ése único lugar que conozco y que creo que me corresponde.

- *¿Con qué ánimo aborda usted la elección de temáticas editoriales, considerando que esa elección implica que el periódico otorga gran relevancia a tal tema? ¿Con ánimo de denuncia? ¿De buscar el tema más significativo de la quincena? ¿De llamar la atención en torno de hechos mal comprendidos? ¿U otro?*

- Te respondo desde el mismo lugar que acabo de manifestar. Escribo sobre lo que más me ha llamado la atención en esos días o incluso sobre cosas antojadizas y a veces bastante inexplicables. Escribo como escritor antes que como editorialista, pero supongo que como tal estoy editorializando más sinceramente al Clinic.

A veces las noticias me aburren y entonces miro por la ventana en busca de un tema. A veces, para encontrarlo, cierro los ojos. Otras el tema se impone sin saber cómo ni por qué.

- *¿Qué nuevas interpretaciones de nuestra sociedad sustentan las editoriales de The Clinic, dado el actual contexto del país?*

- Aún insistiendo en lo anterior, por momentos me doy cuenta que sin quererlo o al menos sin estructurarlo de manera consciente, desde ese ojo personal que mira se va delimitando una mirada con cierta coherencia interna. Supongo que consiste en abrirle paso a la sorpresa de verse deambulando en un mundo extremadamente cambiante. Me interesan más que las respuestas las nuevas preguntas que se puedan ir formulando. Esas preguntas dan pie a nuevos y enormes campos de reflexión. Muchas de ellas arrancan de anécdotas personales, de encuentros fortuitos

²¹¹ Ver Anexo 4 de esta Tesis.

y de pequeñas escenas compartidas por todos (gracias a la televisión) o por los pocos que las presenciaron.

No me parece que la historia esté sucediendo más en La Moneda que en los barrios, ni que la política del porvenir germine en el Congreso con más fuerza que en los comedores estudiantiles o los dormitorios de las casas. Baste pensar que el único programa político de la televisión actualmente se da en UCV los domingos en la noche, casi sin rating y desprovisto de todo glamour. La vida evidentemente está en otras partes.

- Usted en sus editoriales opta por una estructura de contrastación de dos temas sobre la base de un hilo común ¿A qué obedece tal particularidad? ¿Qué efecto se busca con tal contrastación puntual, en desmedro de usos típicos como el análisis de un solo tema?

- No me había dado cuenta, pero puede deberse a que tal vez piense en contrastes, intentando poner más de una cara de la moneda a la hora de escribir. Tal vez sea porque sospecho o busco conexiones inesperadas entre sucesos distantes. No sé. Prefiero al respecto tu respuesta a las mías. Yo escribo, tú analizas.

- También formalmente ¿porqué usted ha optado por la escritura de un párrafo de larga tirada y no por varios párrafos breves?

- Ni idea. ¿Será porque no tartamudeo, por falta de agilidad mental, porque así siento que redondeo mejor, por un asunto musical?

- Otra de sus diferencias con el editorialismo arraigado en el país es la personalización y referencia autocircunstancial en sus textos ¿De qué manera se plantea usted frente a esta y otras tradiciones instauradas en el estilo editorial del periodismo chileno?

- Creo que ya te lo contesté. Sólo una aclaración: poquísimas veces leo **las editoriales de los otros medios. En general me aburren.** Me gusta leer autores y, si te sirve de algo, leo muchísimo más novelas y otras literaturas que latones periodísticos. El periodismo me alucina cuando alcanza altura literaria.

- Más que referirse a macro instituciones, muchos de sus textos se abocan a hombres comunes atacados por la "suerte perra". Esta reivindicación del hombre común ¿con que fin usted la aborda?

- También lo doy por respondido. Los sucesos, las desgracias y la historia en general le sucede a las personas con nombre y apellido. Prefiero la cámara cerca de los personajes a esas tomas satelitales en las que de verdad no se ve nada.

- Reiterando la observación autobiográfica de sus editoriales, sus escritos ¿son la expresión emblemática de lo que es The Clinic o el lector debe tomar el criterio opinativo del medio mediante un análisis conjunto de todas y cada una de sus propuestas y textos?

- Eso ya está respondido. Mis editoriales son mi pequeño espacio personal en la plaza The Clinic.

- ¿En qué influyen sus estudios de arte en la redacción y estilística de las editoriales de The Clinic?

- Yo no provengo del periodismo. Creo no saber nada de este oficio. Yo me dedico todavía hoy mayoritariamente a la literatura y al arte, aunque a este último a ratos lo deje de lado. Mis amigos son más artistas y escritores que periodistas. Esa función

propiamente periodística la acometen otros mejor que yo en la revista. Guillermo Hidalgo, por nombrar al principal.

- *¿Cómo se plantea usted, como director de The Clinic, ante el actual panorama periodístico, un poco más pluralista e investigativo que el del pasado?*

- Esperanzado, pero criticuísimo. El periodismo nacional es miserable. Falta apertura, faltan plumas, falta riesgo, falta reporteo. Faltan empresarios de otra mentalidad que se atrevan a generar proyectos nuevos.

Si algo todavía le falta a la democracia chilena es prensa. No obstante, tú tienes razón: han habido pequeños avances.

- *En entrevistas y declaraciones usted ha sostenido que el actual The Clinic es distinto al anterior, más periodístico y menos ficcional. ¿Qué otras características ve en la presente entrega? ¿Le satisface más o son para usted etapas distintas e incomparables?*

- El Clinic nació sin esperanzas de vida. No nació para crecer, pero creció. No sabía lo que sería, pero lo fue. El actual me gusta mucho más que el de la primera etapa, aunque le tengo muchísimo cariño también a ese de antes. Pero este tiene más trabajo, más presencia y más voz.

Son ciertamente etapas distintas e incomparables: ya no somos un diario niño, sino uno joven que aún no entiende bien por qué caminos se llega a la adultez. En todo caso, a la adultez se llega, y para allá vamos.

- *¿Cómo cree usted que evolucionará The Clinic de aquí a, digamos, dos años más?*

- Como te decía recién, no lo tengo del todo claro, aunque mentiría si no confesara que sí tengo algunas sospechas. Son sospechas y ambiciones. Pero no las quiero develar.

ANEXO 2.- ENTREVISTA A ROBERTO BRODSKY

(autor de "El 4º Reich", columna de The Clinic):

"The Clinic Hoy Ya Es Legítimo"

- Quienes se enfrentan con la columna de Roberto Brodsky "El Cuarto Reich" en el periódico The Clinic están en presencia de uno de los textos más argumentativos y pulcros del medio, caracterizado, como se sabe, por su atrevimiento y lenguaje procaz.

Brodsky es un periodista de 45 años, que emigró de Chile en 1973, volviendo en 1983 titulado en la Universidad Central de Venezuela. Luego tuvo experiencia significativa en la prensa escrita del país, trabajando, entre otros, en Apsi, Fortín Mapocho, Hoy, Don Balón y Caras, donde fue editor político. También es autor de las novelas "El peor de los héroes" (1999) y "Últimos días de la historia" (2001).

En esta entrevista, Brodsky -"totalmente chileno", como se define- cuenta de su relación con The Clinic la que, como nos enteramos, tiene mayor compromiso que la que tendría un columnista, como se pensaba erradamente antes de iniciar esta conversación en su oficina de "Unión Latina": ¡el periodista co-fundó The Clinic!

THE CLINIC Y EL PERIODISMO

- *El hecho de que The Clinic use ciertos formatos periodísticos, sin ser un medio periodístico en estricto sentido ¿no le resta eso cierta legitimidad para criticar a los medios sí periodísticos?*
- O sea, legitimidad, no. Veracidad, quizás. Pero es que **The Clinic** se plantea como un diario "del" lector. Nunca ha tenido como pretensión informar, porque tampoco sale todos los días. The Clinic es una revista de opinión. La idea es que sea un periódico muy bien informado, para poder opinar sobre información. Es una publicación que opina sobre la información y como tal su objeto es toda la prensa...
- *En efecto, su columna "El 4º Reich" se titulaba antes "La prensa en Chile". ¿Por qué?*
- Inicialmente, el título "El 4º Reich" me gustaba. Lo saqué de una caricatura con ese nombre, de "Palomo", que salía en la revista Análisis. El 4º Reich es una apelación al autoritarismo, al vicio autoritario, a la cerrazón ideológica... es un llamado a deponer ciertos argumentos que son evidentemente fácticos...

El 4º Reich, como "La prensa en Chile", se debió al origen de **The Clinic** mismo, que nace en un contexto de nulo pluralismo periodístico, donde todos los medios se alinearon con la tesis de los militares y de la derecha chilena, de la defensa de Pinochet y de la soberanía territorial, omitiéndose que había un problema de derechos humanos y de impunidad. La prensa reprodujo ese discurso hasta el hartazgo. **The Clinic** surgió como una reacción a esa mentira institucionalizada por el gobierno y los medios, y deformada por una oposición de izquierda con un discurso sobreideologizado. **The Clinic** respondía a lo que el sentido común decía.

A mí se me ocurre escribir sobre un tema específico: la prensa. A través de **The Clinic** voy a leer la prensa. Pero llegó un momento en que eso no fue necesario. Fue cuando el conjunto de la prensa se pegó un giro, a partir del año 2000 y 2001, cuando la prensa...

- *¿Toda la prensa?*
- Sí, eso coincide con la aparición de medios nuevos. Pero El Mercurio también se abre, y La Tercera. Se abren por razones políticas afiliadas a una razón de mercado: no se podía seguir con medios que reprodujesen una comprensión del presente y del pasado tan unilateral. Se requería una prensa que pudiera mirar a los corruptos de un lado y otro. El Mercurio entró en una completa reingeniería como diario. Sacudieron todo su discurso de viejos vinagres. Hoy existe un mayor equilibrio.
- *Pero The Clinic no ha comentado ese cambio positivo y se siguió con la ironía continua contra esos medios y sus formas de hacer.*
- Personalmente, lo digo así: **The Clinic** se aprovecha en ese sentido del mercado. El Mercurio está consignado como diario de derecha, reaccionario... **The Clinic** se aprovecha de esa imagen y la explota en beneficio propio.

Pero, yo, personalmente, abandoné el exclusivo análisis de la prensa. Para mí la prensa había de dejado de convertirse en una trinchera de la derecha ultraconservadora y pinochetista.

- *¿En qué derivó, entonces, su columna?*
- Derivó a un conjunto de elementos en torno de los peligros de siempre, como el autoritarismo. Mi visión es hacer valer argumentos. Mi columna no es de chistes, ni de agitación o propaganda. La parodia, el chiste, el humor se desarrollan en otras secciones. Ya que el Clinic no es solamente chistes.
- *Pero usted escribe inserto en ese contexto...*
- Por supuesto, pero el asunto es que la columna que escribo no la podría escribir en ningún otro medio...
- *¿Y en El Siglo, por ejemplo?*
- No, no me interesaría. Creo que El Siglo, como diario del P.C... Para mí el P.C. tiene tantas yayas en su historia como podría tenerlo el gobierno militar... El Siglo es un diario militante... Ni tampoco me voy a meter a escribir en Rocinante porque ese también es un proyecto con una brocha ideológica muy fuerte.
- *¿Qué diferencia ve entre ambos?*
- Una y absoluta: Rocinante es un medio de política y cultura, no militante, pero sí ideológicamente con las banderas bien tomadas. El Siglo es militante.

- *Entonces, ¿qué prensa de izquierda podría, para usted, tener valor?*
- Es que yo no hablaría de prensa de izquierda. Hablaría de prensa. Ojalá que alguna vez hubiera prensa. Yo no creo que hoy haya prensa: hay esfuerzos rescatables. Ni siquiera hay un medio rescatable como conjunto. Ejemplos: el día domingo en La Nación hay prensa. En la radio Bío-Bío hay prensa. Hay prensa en algunos reportajes de Informe Especial. Hay prensa en Chilevisión. También en algunas cosas de El Mercurio o La Tercera. Pero son solo pedazos. La prensa es informar de la manera más transparente posible y no ocultar lo que se sabe: hay que hacer del periodismo algo que hable de lo que otro quiere tapar.
- *Llama la atención la gran cantidad de seudónimos en muchas columnas de The Clinic.*
- Bueno, sobre eso te puedo decir lo siguiente: The Clinic tiene, digamos, una concepción "guerrillera", muy poco ortodoxa, lo que permite que haya unas pocas firmas reconocibles y una enorme cantidad de material que es ficticio. En The Clinic hay mucha gente que colabora y que además trabaja en medios tradicionales: ellos no pueden firmar porque le significaría problemas. Bueno, todos sabemos donde estamos viviendo.

Escribir con firma en **The Clinic** es, de alguna manera, automarcarse... Por ejemplo, Rafael Gumucio, yo y otros escribimos en **The Clinic** y en Las Ultimas Noticias, pero eso obedece a una política de ese diario. Ninguno de nosotros escribe allí como periodista de planta... Que escribamos en ambas partes, no responde ni a una política del consorcio El Mercurio: responde a una política interna de "Las Ultimas..."
- *Por otra parte, ¿porqué desaparecen tan frecuentemente ciertas columnas y sus responsables, sin aviso ni explicación para los lectores? Le pregunto, por ejemplo, por la columna de Angel Carcavilla sobre la televisión, que generó más de algún comentario.*
- Esos columnistas se retiran voluntariamente. En un caso, como Carcavilla, porque no quieren estar tan marcados. Él tiene una agencia publicitaria y quizás el hecho de ser una suerte de francotirador contra la televisión durante todo el tiempo que estuvo en **Clinic**, lo afectó en su cartera de clientes de negocios. En algún momento, se debe haber dicho "yo aquí tiro y tiro y lo único que saco es que mis clientes se vayan..."
- *Pero Carcavilla sigue saliendo en los créditos, sin publicar ¿por qué?*
- Hay dos estadios de participación en **The Clinic**. Uno en el que se firman artículos y columnas. Y otro, de colaboradores generales, o sea, gente que participa del equipo creativo y que va a una reunión de pauta, de título, de portada, etc. Es decir, no hay nadie puesto gratuitamente en los créditos.
- *Existen muchas columnas de The Clinic que desaparecen más o menos arbitrariamente sin razones ni explicaciones, que son sacadas de un momento a otro, cómo una que salió este año, "Grandes entrevistas Corneteras"...*
- Es que esa es una característica de **The Clinic**. Es una publicación permanentemente sometida (y que se somete a sí misma) a revisión y escrutinio sobre su funcionamiento... Después de unos meses, las secciones se agotan... Son decisiones de equipo, de consulta interna...

- *¿Influye la correspondencia de los lectores al correo electrónico del medio para tomar esas decisiones?*
- Sí, se valora, salvo cuando hay decisiones editoriales superiores, por las que una sección no está sujeta a los cambios de clima al interior de la revista, ni tampoco al libre escrutinio de los lectores: la sección no es plebiscitable, como no lo es, por ejemplo, la de "Detenidos Desaparecidos".
- *¿Qué cambios importantes ha experimentado The Clinic en el último tiempo? Yo creo que existe una tendencia a más periodismo en desmedro de ciertos usos humorísticos de antes...*
- Sí, pero eso tiene que ver con...

EDIFICANDO LA CLÍNICA

- ... bueno, para mí **The Clinic** tiene tres períodos. El primero fue, que sé yo, seis números. Se regaló y se distribuyó como panfleto, un volante de 4 páginas. Fue una broma, una pintada en un muro: tuvo ese valor.
- *¿Usted ya participaba en The Clinic?*
- Sí, yo estoy desde el primer número. La fundación parte con la reunión de cuatro tipos que nos vamos a comer una noche a un restaurant y decidimos sacar una hoja que fuera una "tapa" a todo. Éramos (el periodista Guillermo) Tejeda, (Patricio) Fernández, (el periodista Andrés) Weidwer y yo. En honor a la estricta verdad, esos cuatro conformamos la idea del surgimiento de **The Clinic**; o sea, una broma impresa.
- *En un artículo de Zona de Contacto, sobre el que le preguntaré luego, Marco Enríquez dice que The Clinic surgió como parte de la campaña presidencial de Ricardo Lagos...*
- No. Él no tiene absolutamente idea... La historia es que cuando nos juntamos esos cuatro, dijimos "*tenemos que buscar plata e imprimir esto*". Entonces, Fernández, amigo de Enríquez, habló con él, que estaba trabajando en la productora de Manuela Gumucio (su madre), por la que Lagos impulsaba su campaña.
Enríquez trabajaba haciendo 20 mil cosas para la campaña de Lagos. Fernández se acercó y pidió plata. Así, "cara de palo". En la productora aceptaron y pasaron plata para la impresión de esos números. Nosotros recibimos esa plata, felices, porque esos números eran una pataleta testimonial de tipos que no tenían medios ni mayor poder para oponerse al discurso dominante.
- *Pero, entonces, existe una relación, aunque sea sutil con la campaña de Lagos...*
- No, sutil: absoluta. Digamos que la estructura que apoyaba la campaña de Lagos paso la plata para que se imprima del tercer o cuarto número para delante de esta primera etapa.
- *¿A cambio de algo?*
- No. Tampoco era posible que Lagos mandara un comisario a ver lo que hacíamos. Obviamente, se sabía nuestra posición, pero la iniciativa era autónoma. O sea, las palabras de Enríquez más que imprecisas son de mala fe porque quieren hacer ver

que por haber sido él nexo de apoyo, **The Clinic** era un instrumento de propaganda de la campaña de Lagos, lo cual para nosotros que sabíamos las dificultades de esos primeros tiempos...

Si, por ejemplo, nos llegaba dinero de la Fundación Reagan la usamos igual. Lo que nos interesaba era imprimir las ideas que teníamos, porque, además, el periódico era regalado. En el fondo, nosotros necesitamos esa plata, y seguramente Lagos vio en eso un vehículo para agitar su candidatura o al menos, no agitar la de Lavín.

- *¿Cuánto dinero se debe haber dado?*
- Yo creo que debe haber sido muy poco, porque **The Clinic** era de 4 páginas, y la plata era para imprimir los no más de 8 mil ejemplares que sacábamos de los primeros números.

BALANCEÁNDOSE SOBRE UNA TELA DE ARAÑA (y como veían que resistía...)

- *Usted me habló de etapas de The Clinic.*
- Sí, **The Clinic** se interrumpió por unos 6 meses, durante el 99, porque se agotó el dinero y Fernández quedó con la idea de seguir. Entonces, a partir de ahí y cuando **The Clinic** aumentó sus ventas se inicia una "segunda etapa", que yo llamé "del destape".

Fernández llamó a (el periodista argentino Enrique) Symns, a Pablo Dittborn, (Pablo) Azocar, etc. Dittborn comenzó con una suerte de política gerencial de distribución mínima...

- *¿Cómo se volvió a juntar dinero?*
- La plata llegó porque se creó una sociedad de capital, "Bobby limitada", para levantar de nuevo el medio. Esa etapa duró hasta hace aproximadamente un año. Yo diría que es la etapa del destape: donde Symns se hace muy popular al sacar historias de sexo, locura, etc., cuando se inventa "El Mercurio", cuando estaban también Carcavilla y su crítica a la televisión, Pablo Azocar con su visión de ideología y política.

La idea de ese tiempo fue *"no somos nada, somos re chicos, y tenemos que hacernos conocidos. Esto tiene que salir a pegar. Se trató de agarrar a combos a todo el mundo o sino no nos van a inflar"*.

El nuestro fue un raciocinio de política y mercado. De hecho, nosotros no usamos las críticas para vender: creemos en las críticas que hacemos. Lo que vimos fue la posibilidad de llenar una necesidad que habíamos detectado: la de reírse de la coyuntura. La necesidad de decir la verdad entre broma y broma. Eso, exactamente eso: decir la verdad entre broma y broma. Decirla como la dice en Chile la gente en la micro.

- *¿Qué fue lo negativo de esa segunda etapa?*
- Lo negativo fue que todo fue muy caótico, lo que generó peleas. No había orden. Ni reunión de pauta... Era una entropía total, pero, sin embargo, eso fue

maravilloso. En la oficina que teníamos en Avda. Las Claras con Seminario entraba todo el mundo y cada cual entregaba cualquier cosa: era como una olla común... Todo se mezclaba. Eso terminó con una indigestión... Y, además, internamente era un desorden.

A nivel de resultados, fue genial: fue desordenar el kiosco. Y se vendía y cada vez se vendía más. Entonces, pensamos "*¡esto está saliendo muy bien! ¡echémosle pa` adelante!*" Se produjo un frenesí. Entró más plata que la necesaria para la mera impresión y distribución. Eso terminó en un desmadre interno porque en un momento algunos querían tirar la cosa para un lado y Fernández, como Director, quiso llevarlo para otro lado.

Esa segunda etapa fue hasta el retiro de Azocar y Symns, hace justo un año, a fines del 2001. Coincidió con eso, pero creo que **The Clinic** igual tenía que cambiar porque o sino se iba a morir. Habían dos opciones, en el primer momento, o se transformaba en un objeto de culto, para enterados... o salía a la calle a meterse en todas partes, a pelear la masividad. Y eso hizo **The Clinic** y se llegó, creo yo, a una tercera etapa.

THE CHILEAN CLINIC **SE LEGITIMA**

- *¿Cómo caracterizaría esta tercera etapa de The Clinic que usted plantea?*
- La tercera etapa ya es la de la masividad. Es instalarse, sin necesidad de darse a conocer, por lo que el nivel de agresividad y de irreverencia es menos arbitrario y está más asentado en reacciones lógicas. Ya no es una locura. Ya no es una invención enojarse. Sin perder sus claves originales de irreverencia y autonomía, ya **The Clinic** no va en la búsqueda de generar escándalo.
- *Me parece que los espacios humorísticos han disminuido notablemente y hoy se incluyen artículos más largos, de dos páginas, que antes hubiesen sido impensables.*
- Claro, eso hubiese sido impensable. Yo creo que ahora en **The Clinic** se está queriendo hacer más periodismo e investigaciones de prensa. Está más organizado, y creo yo que mejor pensado.
Yo entiendo que mucha gente crea ahora que **The Clinic** está fome, que hayan dos o tres cosas rescatables... Yo no creo que ahora esté mejor o peor. Está distinto. Creció hacia donde tenía que crecer, creo yo.
- *Le voy a mostrar unas portadas de números antiguos de The Clinic, ¿me puede dar su opinión con respecto al trabajo actual?*
- Es muy raro. Creo que dentro de **The Clinic** el trabajo de portada es de lo más raro y eso que el medio vende mucho por su portada. El lector no puede descubrir el contenido de **The Clinic**. Lo único que puede ver es la portada.
- *Las notas que están debajo de las fotos, enunciados falsos ¿a qué obedecen?*
- Bueno, en todo caso, eso es algo que utiliza, por ejemplo, La Segunda, y de peor manera... **The Clinic** muestra las cartas: todo eso es broma. ¡Pero La Segunda, un

diario serio, anuncia algo en portada y después eso muchas veces no viene adentro! **The Clinic** es satírico: entonces, está permitido, dentro de su código, anunciar algo en portada y que no venga.

- *Volviendo al tema de esta "tercera etapa" ¿adonde ha llegado The Clinic?*
- **The Clinic** llegó adonde quería llegar. Dejó de ser marginal, alternativo, testimonial, etc., para estar en los quioscos en igualdad con el resto de medios.

Yo alucino cuando veo parados en las esquinas a los suplementeros ofreciendo **The Clinic** al lado de La Segunda. Eso es maravilloso. Que alguien pueda comprarse un periódico y cagarse de la risa de La Segunda que está exactamente al lado... es maravilloso. Mi generación vivió toda su vida sin esa posibilidad, leyendo La Segunda, El Mercurio, La Tercera, ¡leyendo puros diarios de mierda!, diciéndolo, así francamente... Y eso sólo hasta hace muy poco.

The Clinic llegó a que cualquier gente, y ya no sólo estudiantes del Pedagógico o de filosofía, cualquier gente en micro o metro pueda debatir y conversar sobre la actualidad, sobre los contenidos de **The Clinic**.

- *Entonces, y en síntesis ¿qué es The Clinic hoy?*
- **The Clinic** se ha posicionado hoy como un periódico completamente válido, de lectura complementaria al resto de la prensa. **The Clinic** es lectura complementaria: la gente no lo compra para informarse, lo hace para saber a quien hay que tomarle el pelo, a quien hay que pelar, quien se está cayendo como avión a pique. La gente compra **The Clinic** pa` pelar, pa` güevear. Y eso esta muy bien.

The Clinic no es un diario común y corriente: es un producto raro, una rareza, que responde a la rareza de todo lo que ha pasado. ¿Por qué nos vamos a plantear ante esa rareza con seriedad, circunspección o mesianismo? ¿Por qué? ¡Quién se va a creer eso!

La ciudadanía le ha dado hoy legitimidad a **The Clinic**. Se la dio el lector y no los otros medios o el poder. Esa legitimidad es un signo de buena salud.

Además, **The Clinic**, aparte de su legitimidad, se vende. ¡Y eso es maravilloso! ¡La gente compra **The Clinic**!

The Clinic ya es legítimo. A mí, por ejemplo, me gusta comprar el **Clinic** y preguntarle al quiosquero cuantos le quedan...

Yo he trabajado en Apsi, Hoy, Fortín Mapocho y de eso ya no queda nada. Por eso, haber estado en la creación y surgimiento de un medio que se ha podido instalar y que vende ejemplares que compra gente de este país... ¡Ya eso para mí es maravilloso!

ANEXO 3.- SELECCIÓN DE RESULTADOS DE FORO EN EMOL.CL SOBRE THE CLINIC (realizado en 2001)

Después de la publicación del reportaje de Zona de Contacto, sobre los conflictos entre el periodista argentino Enrique Symns y el periódico The Clinic, El Mercurio por medio de su portal web Emol.com realizó un foro con la siguiente pregunta: "¿Qué opina de la polémica situación del diario The Clinic?²¹²".

Las opiniones de quienes participaron fueron en apoyo de cualquiera de los dos medios en disputa (El Mercurio, The Clinic) y adoptaron el desenfado propio de la comunicación privada por medio de Internet.

Acusaciones iban y venían. Si bien las declaraciones fueron numerosas (reproduciremos algunas, seleccionadas por el autor de esta tesis, en consideración con su valor argumentativo), en su gran mayoría apuntaban a temas como: libertad de expresión, ideología en el periodismo, ética periodística, tradición v/s novedad en el tratamiento informativo, etc. Pero ante todo, se puede advertir un debate valórico, de formas de concebir y optar por un determinado "mundo", sustentado por dos medios de prensa escrita antagónicos en tal sentido: El Mercurio y The Clinic.

A continuación, se registran opiniones emitidas por participantes del foro convocado por el portal electrónico www.emol.com.

²¹² Aparte de ser tendenciosa (se califica de "polémica" la situación de The Clinic, *luego* de la publicación de las informaciones contenidas en un reportaje incluido en un suplemento del diario del que surge el portal que convoca al foro (Emol de El Mercurio)) la pregunta, extrañamente, contiene un error significativo, viniendo del consorcio periodístico más influyente del país: The Clinic es un periódico quincenal, no un diario. El detalle no pasa inadvertido para un participante del foro, quien, firmando como "Super Astuto y Divertido", envía solamente esta opinión... "(The Clinic) *No es diario... porque no sale todos los días*".

Además, el término "polémica", fue aceptado, por decir lo menos, con muchas reticencias por los participantes del foro más críticos del modo de hacer mercurial, quienes a menudo calificaron la supuesta polémica como asunto montado por El Mercurio, entrecerrando en su opinión la palabra polémica con comillas de distanciamiento.

Como antecedente para la siguiente transcripción, se reitera que es una selección del autor de esta Tesis, atendiendo en primer lugar a que el foro congregó a más de 90 participantes en una convocatoria abierta por una semana. Además, muchas opiniones caían en la injuria gratuita, en la argumentación impulsiva, etc. Se optó, entonces, por centrar la atención en aquellos juicios más ricos en su valor argumentativo, informativo y, en contados casos, por su alto alcance de expresividad. Cuando las opiniones derivan en aspectos no contingentes con el tema, han sido suprimidas lo que se señala con un paréntesis entrecerrando puntos suspensivos. Las faltas ortográficas fueron corregidas.

Por último, y como dato anecdótico, reseñamos que muchos de quienes opinaron hicieron uso de la posibilidad que ofrece la comunicación a través de Internet de mantener su anonimato -lo que también deriva, lamentablemente, en que la expresión de ideas no redunde en ninguna responsabilidad por quienes las emiten-, usando "alias", algunos harto llamativos. En tal sentido, sirvan los siguientes ejemplos: Slobodan Milosevic, Mister Chile, Irres Petable, Che Copete NN, Osama, Belcebú y Elvis.

El orden de las opiniones está estructurado en orden descendente, de acuerdo con su fecha de registro electrónico, tal y como fue publicado en www.emol.com. Los subrayados y los énfasis con negrita son nuestros.

El reportaje de Zona de Contacto sobre The Clinic fue incluso adjetivado como *vendetta* por uno de los participantes del foro electrónico.

Daniela , 18:14pm, 19-11-2001, Chile

"Independiente si The Clinic es un diario de derecha o de izquierda, provoca comentarios y genera preocupación entre nuestros queridos y nunca bien apreciados políticos, a muchos duele y enfurece la verdad. The Clinic es la mejor alternativa para conocer el lado humano de nuestros representantes y de paso es una terapia contra el sistema, logran lo que muchos diarios no pueden hacer y eso es evitar la censura. Bien por The Clinic!!."

Claudio Leiva, 15:07pm, 19-11-2001, Chile

"En un país tan limitado en cuanto a la libertad de prensa, es gratificante tener un medio como ese donde poder informarse desde otra fuente de los sucesos o noticias del país y del mundo. No olviden que ustedes como emol pertenecen a El Mercurio, así como Las Ultimas Noticias, y tantos más. Lo mismo con Copesa, entonces, de que pluralidad podríamos hablar. Me encanta El Clinic."

Kiko Kako, 9:46am, 17-11-2001, Costa de Marfil

"No importa mucho quienes sean, al final siempre hay cuicos concientes que mueven el piso. Lo importante es que dicen cosas de peso, y se rien (y nos reimos) en la cara de los viejos con yate... eso es más impotante que las mentiras, es oxigenante. A ustedes no les alcanza ni para comprender eso."

Además ahi está Lemebel"

fwe ewtew, 23:37pm, 16-11-2001

"El Mercurio es de derecha, pero salvo algunos suplementos (como el Economía y Negocios donde se nota), existe al menos un atisbo de imparcialidad. Ahora el ataque a The Clinic es acertado, quedo demostrado que es una medio al servicio de cúpulas políticas con ataques groseros, poco estructurados y carentes de inteligencia y agudeza. Por ultimo me trago más diarios como LA FIRME (aunque soy anticomunista lo reconozco), que escriben las cosas por que las sienten y las creen, y hacen verdaderos ejercicios de reflexion. THE CLINIC no es irreverente, es torpe y poco consecuente".

Juan Murgue Perez, 22:32pm, 16-11-2001, Chile

"En cualquier caso, todo Chile sabe que:

The Clinic, entre muchas otras cosas, entretiene.

Y... el Mercurio miente!!!

sergio andrade, 22:20pm, 16-11-2001, Tokelau

"Me sorprende que después de dos años de existencia de The Clinic, la Zona de Contacto realice un reportaje de tanta "profundidad", como nunca antes lo había hecho. Se trata de un hecho de venganza, que sin duda, no cambiará la favorable opinión que este medio ha despertado en un país, donde se carecen de medios alternativos (...)

Me pregunto si El Mercurio vende más que The Clinic, porque tengo entendido que gran parte del tiraje de la publicidad es financiado por los grandes grupos económicos y la venta se la deben solamente a un reducido grupo de suscriptores, que en su mayoría mantienen un pensamiento conservador, retrógrado y de tendencia derechista.

(...) Lo que sí me parece preocupante es la participación de Solari como socio. Sin embargo, creo sostener una opinión muy similar a muchos fieles lectores de The Clinic, en el sentido de que este diario es y seguirá siendo una vía de escape para muchos chilenos que esperan cambios en los enfoques informativos, tomando en consideración el lado irónico como fórmula para desenmascarar a una cultura donde impera la hipocresía y la censura.

Recordemos que El Mercurio jugó un papel preponderante como bastión informativo de una dictadura militar, en el cual un grupo de periodistas tergiversó la realidad y jamás defendió a sus colegas que fueron torturados, encarcelados o asesinados".

El Vengador, 17:36pm, 16-11-2001, Chile

" Y PARA QUE TANTA SORPRESA SI EL MERCURIO Y OTROS MEDIOS DE PRENSA NOS HAN MENTIDO DURANTE TANTOS AÑOS... QUE IMPORTA UNA MENTIRITA MAS (SOBRE TODO SI ES DIVERTIDA) EN ESTA JUNGLA DE FALSEDADES.... QUIEN NO MIENTE????...."

Mauricio C (de Chileno), 14:46pm, 16-11-2001, Chile

"Leo regularmente The Clinic, y otras el Mercurio, y obviamente ninguno de (los dos) es un medio objetivo, ambos tienen una marcada tendencia, cada uno para su lado, pero El Clinic tiene algunas cosas a su favor. Primero: Es una de las pocas publicaciones "Cargadas" hacia la izquierda, relativamente masivas. Segundo: Nos propone reirnos de nosotros mismos y de nuestros defectos, cosa poco común en los medios. Y Tercero: Al leerlo puedes -si quieres- ver las cosas desde otro punto de vista, y analizar algunas cosas con una mejor perspectiva. Y esa debe ser la intención de cualquier medio de comunicacion, "DARNOS LAS HERRAMIENTAS PARA FORMARNOS NUESTRA PROPIA OPINION", y no intentar convencernos solo de "Su" punto de vista. Viva la diversidad y la libertad de opinion"

carlos a. silva, 14:37pm, 16-11-2001, Chile

"La situacion de The Clinic, es el resultado de la mezcla de seudo -perodistas, que tras su fracaso como personas, irradian amargura, resentimiento, se rodean de un mundo falso, como sus entrevistas (...).

Pero al final, es un pasquin que se merece este país, cada país tiene lo que merece, en todo orden de cosas."

Lorena Santander, 13:26pm, 16-11-2001, Chile

"Sólo quiero decir que el periodismo chileno de los diversos medios como la prensa escrita, (por ej. The Clinic y El Mercurio), la televisión y la radio, representa y ha llegado a ser lo que es (mentiroso, partidista, chabacano) solamente como fruto de lo que son los grupos de poderes en la sociedad chilena: chaqueteros, hipócritas, ambiciosos, manipuladores, y también estos grupos de poder se aprovechan del vacío cultural e ignorancia de este amado pueblo: la verdad no sé si el periodismo nacional es una causa o un efecto de esto último. Vemos, entonces, al "cuarto poder" sacando sus cartas para poder seguir manipulando las mentes llenas de desesperanza y pobreza de tanto chileno".

Evelyn U, 12:21pm, 16-11-2001, Chile

"Es increíble que un diario que ha recibido dineros de la CIA (El Mercurio), venga a averiguar sobre el financiamiento de The Clinic.

Esto sólo demuestra la desesperación en que ha caído la derecha y sus medios "periodísticos" como Copesa, Megavisión, Canal 13, etc.

Un punto más, ser una persona de izquierda no significa querer ser pobre y muy por el contrario es el deseo de que la torta se reparta entre todos, lo que nos mueve. Hasta hace algunos años estos comentarios me hubiesen costado hasta la vida. Nunca olviden lo que son y quienes son."

Juvencio Flowers, 11:30am, 16-11-2001, Chile

"Me parece paradójico, por decir lo menos, que El Mercurio con su visión anquilosada y su posición conservadora-fundamentalista de las ideas y la cultura, se preocupe de las vicisitudes de un periódico como The Clinic, el cual constituye un poco de oxígeno en este asfixiante sometimiento al cual los medios de comunicación en general están sometidos por grupos (dentro de los cuales ciertamente está El Mercurio) que ejercen el control y el poder casi total de los mismos. (...) Con ese poder económico obviamente pueden comprarse un Parlamento, pero la ética y la moral que tanto les preocupa no se compra y los desenmascara en lo que realmente son: meros mercaderes del dolor humano y perpetuadores de sus privilegios."

P. Toro D., 11:20am, 16-11-2001, Chile

"Lo realmente grave es lo que dice Marcos Enríquez: que The Clinic nació como uno de los proyectos de la estrategia comunicacional de Lagos. Con eso uno empieza a entender muchas cosas.

Al principio The Clinic me parecía un simple divertimento de niños bien, una simpática jugarreta de adolescentes que usan la mesada que les da el papá para comprar droga. Pero esto demuestra algo bastante más grave: que de alguna forma personas ligadas al actual gobierno (Solarí otra vez) no sólo apoyaron sino que promovieron un periódico destinado esencialmente a desprestigiar a lo que no coincide con sus estrechas convicciones.

La falta de consistencia y de consecuencia del director, Patricio Fernández, no debiera extrañar: fue durante bastante tiempo colaborador de Las Últimas Noticias y cabeza visible de The Clinic. O sea disparaba contra la empresa El Mercurio (llamándolo El Merculo, entre otras linduras) y recibía mes a mes un cheque firmado por Agustín Edwards. Eso deja todo claro: no hay basura más pestilente que aquel que escupe la mano que le da de comer."

Guillermo Prado, 10:50am, 16-11-2001

"¿Tan desesperado está El Mercurio, que crea todo este cahuín de vieja copuchenta? Una vergüenza, especialmente de un diario que miente, que defendió a la dictadura, que defiende los atropellos de los empresarios y que representa a las facciones más represivas de la iglesia. Si se va a abrir un debate sobre libertad de prensa, sobre censura, el último medio que podría hacerlo, por su nula ética, son ustedes. Hagan lo que hagan, seguiremos leyendo el The Clinic, aunque les duela que exista la prensa libre y la libertad de expresión."

Germán Troncoso, 10:19am, 16-11-2001, Chile

"La Zona de Contacto dedicada al tema por completo y destacado en la página de emol. Esto más me suena a pasada de cuentas, que a periodismo objetivo. Creo que se están vengando por lo mal que The Clinic trata al Mercurio y a los poderes fácticos en general."

Gonzalo Losada, 9:59am, 16-11-2001, Chile

"(...) El Clinic se ríe de todo hasta de ellos mismos y para eso hay que tener coraje, independiente que ellos en su manejo interno no sean congruentes, eso es nuevo y valiente y para mí por un tiempo fué interesante (...) ¿Por qué publicaron la "polémica" en la Zona de Contacto y no en el Cuerpo C? Porque ustedes saben que a nadie le interesa, sólo quieren cambiar la opinión de un público que es atraído al Clinic, y han creído que ese público es el mismo de la Zona de Contacto. El público del Clinic es otro, son ustedes mismos, son los empresarios, mi madre tiene una foto con Pinochet en el velador y es ella la que compra el Clinic, y es empresaria..."

Finalmente, un detalle cómico: de entre los numerosos participantes del foro, llaman la atención dos, sobretodo para los lectores de The Clinic.

El primero de ellos es "Titan do Nascimento", que no es otro que el seudónimo utilizado por el redactor de la sección "Choróscopo" (actualmente, "Consejos Integrales")... de The Clinic. Por aquellos días, el "personaje" de Titán está encargado de redactar un extraño horóscopo en el que sustenta una visión del tipo "al mal tiempo, buena cara" con respecto a la tragicomedia vital que deben enfrentar los representantes de cada signo, privilegiando un enfoque nacido desde un cierto sentido común y expresándose con una vulgar, pero expresiva, jocosidad. Su tono es sarcástico y recurre a menudo a vocativos expresados con garabatos de "grosso calibre".

El otro, "Chupete Aldunate On Line", representa a un hombre mayor, aristocrático, partidario de la derecha política, valóricamente conservador y que se la juega por preservar los privilegios de la elite de la riqueza en Chile. Es también un seudónimo. Redacta una columna "reaccionaria" en The Clinic.

Nótese, pues, la ironía del acto: por medio de estos *alter ego*, la redacción de The Clinic se hace presente en el foro. Las opiniones, como puede advertirse, no son más que una táctica para ridiculizar el contenido del reportaje de la Zona de Contacto, e, incluso, a Enrique Symns.

Titan Do Nascimento, 13:22pm, 17-11-2001

"Lo vengo diciendo desde hace un año en mis columnas. Esos locos del Clinic son más cuicos que la cresta. Lo cuático de la hueá es que los cuicos trabajan pa'l diario de los pobres y los pobres de la, cuánto se llama..., Zona de Contacto, trabajan pa' los súper cuicos de El Mercurio. Saludos al Symns y al Azócar, hace como siete meses vino una vieja al diario y preguntó por ellos."

chupete aldunate, 12:58pm, 17-11-2001

"Yo mando mis magníficas columnas a The Clinic y en alguna ocasión he visto al tal Symns. Pituco no es, caballero tampoco, sereno, menos. No quiero injurarlo, pero me han dicho que su deporte favorito es destruir lo que lo rodea. No me extraña que sea periodista experto en borrachos, ladrones y drogadictos. Una lástima. ¿El Mercurio? The best."

ANEXO 4: DOS ENTENDIDOS SE REFIEREN A THE CLINIC.-

1.- Eduardo Santa Cruz.-

Eduardo Santa Cruz, sociólogo chileno y estudioso de los fenómenos comunicacionales, profesor de las Universidades de Chile y Arcis fue entrevistado brevemente para esta Tesis (el contexto impidió mayores reflexiones sobre nuestra materia). El día y el lugar fueron al término de una cátedra abierta de "Periodismo Político", el 27 de junio 2002 en la Escuela de Periodismo de la U. de Chile.

Para Santa Cruz los lectores de The Clinic provenirían de "lo que se ha llamado sectores de la izquierda autoflagelante, fundamentalmente elementos de la Concertación"²¹³, pero no de cualquier tipo: sería un público ilustrado en el que podemos incluir intelectuales, estudiantes, profesionales, etc.".

"No es un diario de masas, entendido esto si tuviera, por ejemplo, como objetivo quitarle público a La Cuarta. Fundamentalmente, se dirige a otros sectores...", indica el estudioso.

Santa Cruz también sostiene sobre este periódico:

"Su propuesta es interesante. Trabajan una suerte de parodia del periodismo. Ahora, la parodia, como se sabe, es un Genero Literario que permite decir cosas en serio pero aparentemente en broma.

Sin embargo, eso no es nuevo como forma periodística. Lo que importa es que permite al periódico moverse con una cierta soltura por los bordes de la

²¹³ Al ser consultado por el tesista en torno a tal planteamiento, Patricio Fernández lo desestimó, trasladándose, además, a cierta interpretación de conceptos. Dijo (Ver anexo N° 1): "En ningún punto. No es así. Si algo caracteriza el espíritu The Clinic es que no somos autoflagelantes. No nos gusta la flagelación".

Concertación. Y eso les permite cultivar la crítica, la ironía con el propio sistema. Obviamente, políticamente es antilavinista, pero no antiderechista... Seguramente para la próxima elección presidencial se perfilará cada vez más como tal".

Agrega:

"Es interesante The Clinic, de todas maneras, y lo es porque amplia, o al menos, cuestiona un poco un sentido común como el existente en el país: muy duro, estandarizado y rígido".

Me parece que debe asociarse con programas televisivos del tipo El Factor Humano (del ex Canal 2), que se establecían en una suerte de borde del discurso oficial, y que en su momento representaron algo novedoso en el país".

Lo positivo de la acción de The Clinic es probar hasta adonde aguanta el sistema (entendido este como lo que se constituye como sentido común de la gente). En efecto, si uno lo mira desde otro punto de vista, podría considerarse como una suerte de conciencia... ejercerían una función de ente autoregulador ante una parte de lo social".

Se le pregunta al investigador sobre relaciones entre The Clinic y La Firme, dos periódicos contestatarios y, además, pro Concertación. Su respuesta:

"Al compararse con La Firme, se percibe que ésta tiene otra intencionalidad. Sería un periodismo de denuncia, crítico, fiscalizador del poder, y si bien para la segunda vuelta de la última elección presidencial se acercó al poder representado por la candidatura de Lagos, ahora estaría buscando volver a los márgenes..."

"The Clinic tiene una relación más liviana con el gobierno. En ese sentido representaría una visión más actual y moderna de la política. No como La Firme, para la cual la política es aún una actividad seria. Para The Clinic esta versión moderna implicaría una concepción de que no es tan importante lo que se diga, de que no es tan importante lo que está en juego..."

Pero, ¿si hubiera crítica en The Clinic? Santa Cruz sopesa: ella no es del todo radical en lo aprehensible:

"Es cierto que han tenido un rasgo de ataque a Lavin²¹⁴, al cura Hasbún, etc. y, al hacerlo, plantearían un cuestionamiento cultural, moral... Se centran mucho en eso y representan una posición muy liberal... Critican a todos los sectores más conservadores que apoyan la censura, o que cuestionan el divorcio. Aunque ni siquiera esto The Clinic se lo toma tan en serio: no hay drama en esto".

Otra discusión versa en torno de lo llamado "alternativo" y de lo que un medio aborda en un contexto cambiante. Nos dijo nuestro entrevistado:

"Si entendemos por alternativo un modelo periodístico radicalmente distinto, yo no creo que The Clinic lo sea. Tan sólo se trataría de un formato diferente que trata algunas temáticas novedosas, pero es tan solo otra variedad... más que alternativa, puede incluso ser considerado como "complementario" a propuestas como las de El Mercurio²¹⁵".

La opinión de nuestro entrevistado sobre la inclusión de los llamados "temas valóricos" en la agenda de The Clinic:

"Me parece bien que The Clinic este planteando temas morales y creo que en el futuro va a haber una apertura que se acentuará cada vez más alrededor de temas culturales, en términos de, no es mas que ello... en términos de liberalizar este país, de liberalizar a sus individuos.

En ese sentido, The Clinic puede ser importante al tensionar el sentido común tradicional, ridiculizándolo, etc. Así, The Clinic es alternativo si lo consideramos en torno al tratamiento de ciertos temas y de ciertos actores. Por ejemplo, sería alternativo a Canal 13 con respecto al tema del divorcio: uno está en contra y el otro, The Clinic,

²¹⁴ Santa Cruz llama la atención sobre una contradicción de la figura de este político: es, a la vez, sumamente conservador en lo valórico y "ultra liberal en el uso mediático".

²¹⁵ En Anexo 2, en entrevista, R. Brodsky refiere que The Clinic ha llegado a ser una lectura que puede ser conjunta a la de El Mercurio.

absolutamente a favor. Los articulistas del periódico están dispuestos a enfrentarse con esa visión conservadora.

2.- Hernán Millas

-programa "Off the record",
Canal UCV (22 de junio de 2002)-

En el programa, el periodista Millas se queja de que ya no hay complicidad entre político y periodista para generar humor. Coincide con el animador en que la "cultura de la conferencia de prensa y del comunicado mató el humorismo en el periodismo del país".

En la oportunidad, el animador, Fernando Villegas, le consulta sobre The Clinic. Opina Millas:

"Lo encuentro irreverente y me gusta por eso. Es como entrar a una iglesia y cometer la herejía de reírse en voz alta.

Aunque hay ciertas secciones que no deberían estar dentro de lo que debe pretender The Clinic. Es bueno hacer humor, pero me parece que hay ciertas columnas que llegan a lo coprolálico. En todo caso, repito, me gusta porque es irreverente y ser irreverente es casi un pecado en Chile..."

CONCLUSIONES.-

1

2

3

4

5

6

7

The Clinic tiene más de 4 años de vida y en un par de meses celebrará la publicación de su número 100. La conmemoración es significativa, entre otras razones, porque el proyecto surgió -como se desprende de citas contenidas en nuestro trabajo- como una publicación sin mayor ambición que dar a conocer el planteamiento de un grupo de artistas e intelectuales. Ellos, se plantearon concretar sus deseos de expresarse ante la actitud tomada por gran parte de la prensa nacional ante la detención de Augusto Pinochet en Londres a fines de 1998. Según los fundadores de The Clinic, tal contexto se definía en torno de la reproducción de una atmósfera polarizada hacia la defensa del ex dictador, desconociendo la prensa con ello el ánimo de muchos chilenos que deseaban su juicio, o, siquiera, alguna mención de sus pasadas infamias: ante tal contexto comunicacional reaccionó ese grupo: tal es el génesis de The Clinic.

Por esos días, el periódico, de cuatro páginas o poco más, veía la luz de modo reservado en cuanto a su autoría, de acuerdo con la propia iniciativa de sus creadores. El proyecto, ciertamente auspiciado con dineros relacionados con partidarios del por entonces candidato presidencial Ricardo Lagos, estaba abocado a las ideas de sus autores, sin la ambición de proseguir en el tiempo hasta consolidar el medio actual. *"No estaba entonces en mente el Clinic que existe hoy. (...) El Clinic nació sin esperanzas de vida."*, aseguró al redactor de este trabajo el director del medio, Patricio Fernández.

Tenemos aquí uno de los primeros antecedentes para comprender la esencia de The Clinic: nació como una mirada distinta dentro del panorama global de una prensa que, pese a encontrarse inserta en el contexto de un gobierno democrático, aún seguía dominada por actores y discursos anclados en el resguardo de la "obra" asociada por ellos al gobierno dictatorial de Pinochet.

Vemos, entonces, a The Clinic como un intento de reacción ante la prensa dominante: a lo largo de su trayectoria, en sus páginas se han insertado críticas

negativas en torno del discurso y de los móviles secretos de los medios de los dos consorcios periodísticos más importantes del país y, particularmente, de sus diarios pilares: El Mercurio y La Tercera. Se les acusa, entre otros, de sus vinculaciones con núcleos opuestos a la democratización y liberalización del país como los son: el poder militar añorante del pasado, la derecha política (UDI, particularmente, y Renovación Nacional), el empresariado y la Iglesia Católica.

The Clinic se plantea crítico ante la uniformidad de expresión, el secreto y la mentira instaurados con fines de conservar privilegios pasados. Lo que The Clinic constata y pretende reflejar es un cambio socio-cultural que tendería a enfrentarse y batallar con éxito (indetenible y evidenciablemente masivo) ante esos obstáculos. En tal sentido, puede entenderse que el retomar el lema de El Clarín -"Firme junto al pueblo"- implica, sin habérselo propuesto, su reformulación por parte de The Clinic: este pueblo que el periódico respalda está abocado, como siempre, a la inveterada lucha contra los abusos del poder político y económico, pero, además, a comienzos del siglo XXI, se plantea también en guerra ante ciertas necesidades que la democracia no ha querido (o podido) satisfacer: la urgencia de debatir nuevos temas; la búsqueda de la posibilidad de una expresión plural (abierta a todas las voces por contradictorias y chocantes que sean); y la construcción y respaldo de tribunas valientes que no tengan temor de afrontar el presente y la historia con vistas a la construcción de un futuro diverso, sincero.

El que Patricio Fernández, en la entrevista contenida en este informe, compare a The Clinic con una "plaza" no es un hecho insustancial. La plaza, como se sabe, era antaño un sitio de debate, de intercambio de pareceres diversos, pero, también, un sitio de juego, de esparcimiento. El debate y el recreo están, pues, presentes en este medio, que se plantea, como se puede ver a lo largo de este trabajo, detractor de los discursos intolerantes e ideológicamente autoritarios y también de la seriedad oficial que oculta y atemoriza. Entiéndase, por extensión, que su oposición se plantea contra quienes enarbolan discursos de ese tipo, pero también en oposición a quienes los

reproducen -los medios de prensa "tradicionales" y la televisión, principalmente-, que silencian voces disidentes, alternas o simplemente diferentes, por medio del establecimiento de una agenda temática unilateral, sesgada y cerrada a los cambios vertiginosos de la actual sociedad chilena. The Clinic, ante aquello, se plantea, reiteramos, como una plaza abierta al libre tránsito de personas y voces. O sea: la pluralidad buscada por The Clinic es otro intento en la demanda de un nuevo estadio cultural.

Pero el periódico ya tiene 4 años. En todo este tiempo han cambiado ciertas circunstancias ante las que se plantearon críticamente en el período de su inicio. El desaparecimiento de Augusto Pinochet de la contingencia es, que duda cabe, uno de los más importantes. El triunfo de Ricardo Lagos y la derrota de la derecha política y sus aliados en las últimas elecciones presidenciales otro. Algunas manifestaciones socio-culturales que demuestran un mayor pluralismo y atrevimiento de la ciudadanía también han acaecido. Eso es una parte de este cuadro.

También -y con ciertos matices de opinión en cuanto a su alcance por parte de integrantes de The Clinic- una mayor hondura investigativa de nuevos y renovados medios periodísticos y una cierta flexibilización del discurso de los medios "tradicionales" de prensa de derecha²¹⁶.

En nuestro trabajo nos planteamos intentar determinar las estrategias de The Clinic usadas en la conformación de su análisis de la sociedad nacional. Esbozamos que tal análisis se caracterizaba como una crítica a instituciones, hechos y personalidades contingentes o históricos y una propuesta de tipo contracultural.

²¹⁶ (Cambio ante el que, sin embargo y pese a su "esperanza", el director de The Clinic se plantea receloso: "*El periodismo nacional es miserable. Falta apertura, faltan plumas, falta riesgo, falta reporteo. (...) Si algo todavía le falta a la democracia chilena es prensa*", dio su opinión durante nuestra entrevista. .

Para realizar tal meta postulamos un plan cuyo punto central fue analizar y comentar algunas secciones de The Clinic, para reseñar que hechos o personajes de la sociedad chilena se privilegian en sus páginas y enunciar así el tratamiento y cobertura de contenidos. Buscamos también relacionar formato y temática con elementos provenientes de la prensa independiente, el nuevo periodismo norteamericano y la contracultura de los años 60. Además, una reconstrucción del proceso que ha ido conformando al The Clinic de hoy.

Nos abocamos, entonces, a analizar y comentar un grupo de portadas y editoriales de The Clinic. Nos percatamos por nuestro análisis que los personajes privilegiados estaban relacionados con la contingencia de la fecha de su publicación y que recibían reprensión y censura por parte del periódico si así se creía pertinente y/o, por otra parte, solidaridad, piedad si eran aquejados por la miseria, la injusticia o el sufrimiento.

En el primer caso, los censurados eran casi en un 100% personajes relacionados con el mundo del poder político, económico, religioso, militar y mediático, entre otros. El periódico recriminaba, entre otros, sus excesos de poder, usura, represión, morbosidad informativa, totalitarismo ideológico, etc. En las secciones escogidas tales posturas adoptaban principalmente la estrategia de la ridiculización humorística, irónica o sarcástica (en las portadas) y el remarcamiento de paradojas actorales/discursivas (en las editoriales).

Pero ambas secciones proponían también una visión alterna de lo social. Visión de solidaridad con los pobres, débiles y desposeídos del país. Así se vió, y fundamentalmente, en las editoriales. En ellas, de existir responsables de las miserias del país se les responsabilizaba directamente mediante citas e interpretaciones de su discurso, tratándose, además, de señalar el contexto de éste con tal de explicar matices inadvertidos. En tal sentido, son relevantes las palabras de Fernández en

nuestra entrevista. Dijo el editorialista: *"Los sucesos, las desgracias y la historia en general le sucede a las personas con nombre y apellido (...) No me parece que la historia esté sucediendo más en La Moneda que en los barrios"*.

Nuestra tesis se abocó a plantear la similitud del discurso contenido en las secciones analizadas de The Clinic (pero, también, claro está, en el resto del periódico) con postulados y usanzas de la contracultura, entendida ésta en su vertiente original. De acuerdo con lo advertido en este trabajo, en efecto, pudimos encontrar similitudes. Aunque, más bien **"reformulación y actualización"** del discurso contracultural inicial por parte de The Clinic. Sus principales manifestaciones son:

- Una desconfianza radical de toda forma de poder autoritario y, en general, del "poder" como eventual representación de corrupciones y lucro, posicionamiento que no sólo abarca a la "enemiga" derecha política sino que se hace extensivo a la dirigencia de la Concertación gobernante.
- Un recelo agresivo en contra de grandes organizaciones como iglesias, partidos políticos, empresas, etc., y, por lo general, en oposición a cualquier institución que se oponga a la felicidad y libertad del individuo.
- Una negativa y desconfianza ante discursos unificadores de pensamiento e ideologías totalitarias, sean, de derecha o izquierda.
- Un considerar la política como evento de servicio público, amparo de débiles y pobres, y posibilidad de responder por las necesidades y anhelos de las mayorías, por sobre acuerdos y componendas del mismo carácter "político".
- Un planteamiento en contra del estilo de vida imperante en los estamentos más conservadores de la población, recriminándoseles aspectos tales como codicia,

hipocrecía, egoísmo, doble moralidad, sumisión con respecto a imperativos retrógrados, conservadurismo fanático, sectarismo, agresividad, intolerancia, etc.

- Una opción en torno de valores acordes con imperativos existenciales más que con un ideario. Ejs: la liberalización del vínculo matrimonial de ser evidente la animosidad entre los integrantes (pero coexistiendo esta visión con un apoyo de la felicidad de pareja, cuando es genuino), el respaldo a que la mujer libere instintos y deseos sexuales reprimidos por la cultura machista dominante (incluido, por ejemplo, en sección "La Carne"), instar a la flexibilización de leyes que penen el consumo de alcohol y drogas, lo que comprende un posicionamiento combativo en contra de quienes los prohíben (argumentándose que tal actitud atenta contra el libre albedrío de los chilenos), etc.
- Un planteamiento (anti-católico) de la sexualidad y el erotismo como posibilidad de goce y ya no como meras actividades relacionadas con la reproductividad.
- Una inclusión de discursos provenientes del mundo homosexual y de otras formas de disidencia en materia de existencia y sexualidad (columna de Pedro Lemebel, etc).
- Una evidente exaltación de actores y discursos representativos de lo popular. Esto alcanza a la recreación del vocabulario marginal-delincuencial (sección "Consejos Integrales"), con su plenitud de modismos y obscenidades (y con toda una patente exclusión de la cultura canónica que desconoce esos códigos). Se opta, además, por la presentación de "perdedores" y desfavorecidos por el sistema (sección "Los 100 personajes menos influyentes de Chile", etc), en clara oposición a los "ganadores" y enriquecidos por el mismo, a quienes a menudo se recrimina usurero egoísmo. Esta actitud puede interpretarse, entre otras, como una manifestación de oposición a la cultura exitista y a las exigencias triunfalistas y de lucha del sistema neoliberal imperante.

- Una defensa de derechos como los de salud, alimentación, placer (hedonismo), belleza, intimidad, individualidad, expresión generalizada (pluralismo), a poder manifestar diferencias conductuales a las establecidas, a autonomía de grupos minoritarios, etc.
- Un posicionamiento a favor de la felicidad (representado en el humor conducente a la risa) y el azar en desmedro de la seriedad y la rutinización de la vida (forzada, entre otros, por imperativos de mercado).
- Una intención de hacer multitudinarios ideales y principios de representantes de sectores "progresistas" del mundo intelectual y artístico del país.

Y, con respecto al periodismo:

- Plantearse, tal como lo fuera el periodismo contracultural en su época, como reacción en contra de modelos e ideologías del periodismo convencional.
- Surgir como medio de expresión y opinión de sus integrantes sobre lo contingente, apuesta dirigida a interpretar la realidad más que a satisfacer imperativos de un periodismo empresarial.
- Una propensión -opuesta al modo de hacer instaurado en la prensa- a la subjetividad; es decir, una descreencia fundamental del concepto y muestras de objetividad periodística (la que incluye una denuncia de las falsedades ocultas tras tal objetividad en la información contenida en medios periodísticos nacionales)
- Una apuesta por el formato de bajo presupuesto -autoproducido- y una ambición inicial presentista y sin grandes proyecciones temporales. También una tendencia a la realización entre pocos, cohesionados por el fin de la autoexpresión.

- La inclusión de estructuras, formatos, contenidos y, especialmente, lenguajes no periodísticos (que a menudo entroncan con la literatura y el estilo confesional), en pos de una interpretación personalista de los acontecimientos del mundo y, además, con el objetivo de renovar los modos usuales de relato.

Entonces, vemos tales similitudes principales entre *The Clinic* y las contraculturas originales.

Sin embargo y al igual que los movimientos contraculturales de los 60, *The Clinic* se vió enfrentado a una nefasta contradicción que, al cabo de los años, se haría patente: su desusado modo de crítica se instauró y hoy ya no tiene el mismo poder de choque de sus inicios, dado el progresivo acostumbramiento de las masas a su propuesta (al respecto, nótese: hasta el Presidente de todos los chilenos, Ricardo Lagos, ha expresado un parecer -contenido ya en nuestro trabajo- creemos, representativo y evidente para la mayoría: "*The Clinic es un medio como cualquier otro*"). En tal sentido, más que ser una propuesta minoritaria de crítica, el medio ha alcanzado la consagración²¹⁷ y, por ende, hasta cierto respaldo de los criticados que ya ven al periódico como una más de las manifestaciones instauradas en lo público.

Pero, retomando el tema antedicho, *The Clinic* se ha desarrollado, teniendo siempre presente las oposiciones ya reseñadas.

Ahora bien, en la actualidad, este medio forma ahora parte, creemos, de nuevos modos de hacer que están penetrando en las comunicaciones del país y, por supuesto y principalmente, en el periodismo. Estos nuevos modos de hacer se vinculan con una desconfianza de los moldes preestablecidos, con una búsqueda de pluralidad temática y expresiva, con el empleo de recursos verbales humorísticos,

²¹⁷ "Legitimación", le llamó el columnista de *The Clinic* Roberto Brodsky en nuestra entrevista, con un concepto extremadamente sugerente y que, conjeturamos, puede permitir más de una investigación a futuro sobre, por ejemplo, el proceso en pos de una consagración de nuevas formas periodísticas en el Chile democrático.

frescos, livianos y de consumo expedito, y con una retórica de imágenes que se sirve de las posibilidades tecnológicas, entre otros.

Todo ello nos permite describir que el objeto de estudio que abordamos en nuestra tesis es de por sí complejo, paradójico, singular, ante el que las usuales teorías no pueden ingresar con plenitud. Se hace, pues, necesario recurrir a una amalgama de teorías para intentar un análisis: ese fue nuestro problema cardinal: el vernos en la ausencia de un material teórico que apuntara certeramente a aspectos como los contenidos en nuestro estudio.

En efecto ¿cómo abordar el análisis de un periódico que sustenta muchos de sus apartados en la ficción, si se considera a la vez que la objetividad es uno de los puntos de partida, un antecedente de situación sobre el que debe partir todo análisis periodístico? ¿De qué manera puede establecerse un estudio de las portadas de *The Clinic* si sus imágenes no buscan reflejar verídicamente los hechos sucedidos a los que aluden y si sus titulares más que informar opinan? Por último ¿cómo sustentar un examen de sus editoriales si representan fundamentalmente las opiniones de su redactor y a menudo están en disonancia con algunas proposiciones publicadas en el periódico?, ¿cómo plantear una investigación de los planteamientos editoriales cuando éstos se apartan de un lenguaje y de una redacción periodística para adoptar un tono literario, metafórico y sustentado no pocas veces en impresiones biográficas y anécdotas?

Determinados tales desafíos, fue que vimos la necesidad de esbozar un personal patrón analítico, acudiendo, claro está, a sustentos teóricos que recogimos de diversos analistas de contenido textual y gráfico. Seguimos en tal sentido el llamado de Umberto Eco, quien en su texto "Como elaborar una tesis" insta a los estudiantes de grado a aceptar la imperativa lucha a favor de "la necesidad de crear nuevo conocimiento".

Otra problemática surgida en el transcurso de nuestro trabajo se relaciona con la heterogeneidad de contenidos de The Clinic. En tal sentido, si bien es cierto que las ediciones del presente año se presentan de un modo menos disasociado y caótico que en el pasado -tal como nos planteó Roberto Brodsky- tampoco es menos verdadero que incluso en tal material se presenta una variedad temática y formal que suscita la pregunta ¿de qué modo elegir secciones que sean representativas de The Clinic, considerando que es un quincenario que rota de contenidos frecuentemente y que en la actualidad presenta variantes tan extremas que van desde investigaciones periodísticas, pasando por un humor ingenuo o procaz, además de columnas de opinión argumentativas hasta llegar a un lirismo desbordante como el de las crónicas de Pedro Lemebel?

Nuestra conclusión fue que el discurso de The Clinic son múltiples discursos que a menudo llegan a un punto en común, pero que no pocas veces se plantean también como calles de desvío de un camino principal.

Luego de aquella conclusión, nuestra opción fue acotar transeccionalmente nuestra búsqueda en el análisis de portadas y editoriales, por considerarles los elementos más emblemáticos del medio. En efecto, la portada es ante lo que se ven enfrentados en primer momento los eventuales lectores y representa de muy buena forma fundamentos que han estado presentes en toda la trayectoria del periódico y que para mucha gente le definen: humor, insolencia, sarcasmo y la usual lengua de las calles -que, como se sabe, es una de las originales opciones del periódico: plantear un diálogo en el modo en que lo hace la gente en su cotidianeidad-. Por otra parte y como se sabe, es en las editoriales en donde debe buscarse el discurso más representativo de un periódico.

Una vez finalizado nuestro trabajo y con el fin de plantear perspectivas para trabajos a futuro con el fin de intentar una definición de este medio harían falta nuevas investigaciones que puedan abocarse a otras elecciones temáticas y temporales.

Nos atrevemos, no obstante, a enunciar como válido esfuerzo la búsqueda de nuevos y personales modelos analíticos para tratar de enfrentar ignotos objetos comunicacionales: creemos que, de este modo, se hace un aporte a la teoría periodística que, por medio de ello, permite repensamientos de la práctica y el quehacer de la profesión que debe, hoy sobretodo, cambiar rápida y eficazmente para enfrentarse a nuevas exigencias sociales.

Ciertamente, The Clinic no es el único objeto que requiere y posibilita análisis de contenido. Esto es así, dado que a la tradicional oferta periodística, se han sumado en los últimos años nuevas, atractivas y valerosas propuestas. Por fortuna. Es cierto: The Clinic marca una suerte de inicio temporal de una renovación periodística que se sitúa históricamente a finales de la década pasada, cuando el bastión más emblemático de los temores de la sociedad chilena presente, Augusto Pinochet, vio finalmente menoscabada su ya de por sí fragil aprobación ante el mundo. Pero también es harto verdadero recordar que ya por esos años se gestaba una ola de periodismo fresco, inteligente, inquisidor y osado que ve sus frutos en nuestros días en los que la prensa ha vuelto a ejercer su poder de cuestionamiento ante los vicios del poder, provenga éste de donde provenga.

No es nuestro fin agotar nombres. No obstante, creemos que medios como La Firme, Siete más Siete, El Periodista, La (nueva) Nación, La Girona, entre otros, son fuentes que ya están legitimándose en nuestra sociedad. Muy bien merecen investigaciones de contenidos y retóricas. Creemos que ello generaría, primero, un incremento del saber periodístico y, segundo (y más importante), un marco adecuado para comenzar a pensar el Chile de los próximos años, que, de seguro, enfrentará

cambios radicales, impensados, que la prensa, en tanto su deber, tendrá que procurar interpretar.

Eso contribuiría al mejoramiento de Chile y su periodismo.

Bibliografía.- **(textos citados)**

- 1) Aguilera, Octavio, "Las Ideologías en el Periodismo", Editorial Paraninfo, Madrid, España, 1990.
- 2) Alvarado, Roxana, "La Cuarta y La Chabacanería", en Ossa, Carlos, "La Pantalla Delirante. Los nuevos escenarios de la comunicación en Chile", Lom Ediciones / Universidad Arcis, Santiago, Chile, 1999.
- 3) Alvarez Puga, Eduardo, "Maldito Mercado. Manifiesto contra el fundamentalismo neoliberal", Ediciones B, Barcelona, España, 1996.
- 4) Barthes, Roland, "Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces", Ediciones del Sol, Buenos Aires, Argentina, 1992.
- 5) Batjin, Mijail, "La Cultura Popular en la Edad Media y en el Renacimiento", Alianza Editorial, Madrid, España, 1998.
- 6) Baudrillard, Jean, "El Crimen Perfecto", Editorial Anagrama, Barcelona, España, 1996.
- 7) Bell, Daniel, "Las Contradicciones Culturales del Capitalismo", Alianza Editorial, Madrid, España, 1977.
- 8) Benito, Angel, "La Invención de la Actualidad. Técnicas, usos y abusos de la información", Fondo de Cultura Económica de España, Madrid, España, 1995.
- 9) Bourdieu, Pierre, "Sobre la Televisión", Editorial Anagrama, Barcelona, España, 1998.
- 10) Brescia, Maura, "Manos Limpias. La Corrupción en las Empresas Públicas (1980 - 2001)", Editorial Mare Nostrum, Santiago, Chile, 2001.
- 11) Brunner, José Joaquín, "Un Espejo Trizado. Ensayos sobre cultura y políticas culturales", FLACSO, Santiago, Chile, 1988.
- 12) Coblenz, Edmond, "Arte y Sentido del Periodismo", Ediciones Troquel, Buenos Aires, Argentina, 1966.

- 13) Eco, Umberto, "El Nombre de la Rosa", Ediciones de la Flor, Barcelona, España, 1980.
- 14) Filipi, Emilio, artículo "Libertad De Prensa En Chile", extraído de <http://www.saladeprensa.org>.
- 15) Freud, Sigmund, "El Malestar en la Cultura", Editorial Biblioteca Nueva, Madrid, 1999.
- 16) Garretón, Manuel Antonio, "La sociedad en que Vivi(re)mos. Introducción Sociológica al Cambio de Siglo", Editorial Lom, Santiago, Chile, 2000
- 17) Harvey, David, "La Condición de la Posmodernidad. Investigación sobre los orígenes del Cambio Cultural", Amorrortu Editores, Buenos Aires, Argentina, 1998.
- 18) Hobsbawm, Eric, "Historia del Siglo XX", Grijalbo Mondadori, B. Aires, Argentina, 1998.
- 19) Jocelyn -Holt, Alfredo, "Espejo Retrovisor. Ensayos Histórico-Políticos 1992-2000", Editorial Planeta Chilena, Santiago, Chile, 2000.
- 20) Lipovetsky, Gilles, "La Era del Vacío. Ensayos sobre el Individualismo Contemporáneo", Editorial Anagrama, Barcelona, España, 1996.
- 21) Luhmann, Niklas, "La Realidad de los Medios de Masas", Anthropos Editorial, Barcelona, España, 2000.
- 22) Moulian, Tomás, "Chile Actual. Anatomía de un mito", Lom Ediciones, Santiago, Chile, 1997.
- 23) Parker, Cristian, "Los jóvenes chilenos: cambios culturales; perspectivas para el siglo XXI", Unidad de Estudios Prospectivos de MIDEPLAN, Santiago, Chile, 2000.
- 24) Quintiliano, Marco Favio, "Instituciones Oratorias", Librería de la Viuda de Hernando y Cía, Madrid, España, 1887
- 25) Ramos, Jorge, ensayo "A propósito del corte espacio temporal", Centro de Investigaciones Sociales Universidad Arcis, N° 4, 2° Semestre Año 2.000.
- 26) S. Averintsev, V. Makhlin, M. Rykliin, T. Burbnova (editores), "En torno a la cultura popular de la risa : nuevos fragmentos de M. M. Bajtin (adiciones y cambios a Rabelais)", Anthopos Editorial, Barcelona, España, 2000.

- 27) Santamaría Suárez, Luisa, "Generos para la Persuasión en Periodismo", Editorial Fragua, Madrid, España, 1997.
- 28) Sunkel, Guillermo, "Razón y Pasión en la Prensa Popular. Un estudio sobre cultura popular, cultura de masas y cultura política", Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales, Santiago, Chile, 1985.
- 29) Sunkel, Guillermo, "Consumo de Periodicos en la Transición Democrática", Flacso, Santiago, Chile, 1991.
- 30) Tironi, Eugenio, "La Cultura Chilena en Transición 1990-1994", Número especial Revista "Cultura", Secretaría de Comunicación y Cultura del Ministerio Secretaría General de Gobierno, Santiago, Chile, 1994.
- 31) Tironi, Eugenio, "La Irrupción de las Masas y el malestar de las elites", Santiago, Editorial Grijalbo, 1999.
- 32) Tubau, Iván, "Teoría y práctica del Periodismo Cultural", Barcelona, A.T.E., 1982, pág. 36 (citado en Aguilera, Octavio, "Las Ideologías en el Periodismo", Editorial Paraninfo, Madrid, España, 1990)
- 33) Varios autores, "El Canto del Cisne. Autocritica de la Contracultura", Secretariado de Publicaciones de la Universidad de Zaragoza, Zaragoza, España, 1985.
- 34) Warren, Carl, "Generos Periodísticos Informativos", Editorial A. T. E., Barcelona, España, 1975
- 35) Zunzunegui, Santos, "Pensar la Imagen", Ediciones Cátedra, Madrid, España, 1998.