

Miedos, promesas y mitos: *Sobre el transformismo cultural de la post-dictadura chilena*

Entrevista a EDUARDO SANTA CRUZ¹

Periodista de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Licenciado en Ciencias Sociales en el Instituto Latinoamericano de Estudios Sociales (ILADES) y postgraduado en Comunicación Social en el Centro Internacional de Estudios Superiores en Comunicación para América Latina (CIESPAL), Ecuador. Director del Programa de Comunicación y Cultura, del Centro de Investigaciones Sociales de la Universidad ARCIS. Ha realizado diversas investigaciones y tiene a su haber una decena de publicaciones sobre temas relacionados con la comunicación, entre los que se encuentran: *"Comunicación: una alternativa popular"*, *"Comunicación y conciencia de masas"*, *"Análisis histórico del periodismo chileno"*. Actualmente se desempeña como profesor de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Chile.

- Muchas gracias por aceptar nuestra invitación para el número dedicado a la post-dictadura chilena. En este sentido, ¿Cuáles son las representaciones culturales de la transición o de la post-dictadura chilena?

Para responder esta pregunta, primero, habría que empezar a definir los conceptos. En este sentido, por supuesto que sí existe una cierta cultura de la transición, es decir, *"la cultura de los consensos"*, *"la cultura de los acuerdos"*, *"de los eufemismos en el lenguaje"*. Todo eso es propio de la *"transición"*, o sea, de lo que se ha de llamar *"transición"*, o más bien, al período de los noventa, fundamentalmente. En él, por supuesto que sí hay una cultura, no obstante, si vamos a un análisis más político se podría decir que la *"transición a la democracia"* no existe: o está todo pendiente, o lo sustancial sigue pendiente, o nunca hubo porque lo que tenemos es –para seguir guardando el nombre– una *"transición pactada"* entre el '88 y '89, en que la Concertación triunfante y el Gobierno Militar saliente concuerdan un esquema institucional, político, económico y jurídico; que tomó la forma cultural que se prolonga hasta hoy. Lo importante en Chile en ese contexto de cambio de régimen, desde uno dictatorial a un régimen democrático representativo *"muy particular"*, es la manifestación de una serie de tendencias de carácter mundial y que no son propias del país. En este sentido, el régimen entrante crea condiciones positivas para su despliegue. Estas tendencias implican transformaciones socioculturales muy profundas, pero que venían en desarrollo ya en dictadura pero que, luego, se despliegan con mucha más fuerza.

- ¿Cuáles serían estas tendencias?

La mercantilización de la vida, por ejemplo, en el sentido que la lógica de mercado sea el eje articulador de toda práctica y relación social. Esto es un hecho que venía desde antes, siendo una tendencia mundial, no exclusiva de Chile, pues responde a esta fase del capitalismo mundial. Sin embargo, en Chile se manifiesta de una manera particular, muy profunda. Siempre se ha dicho que aquí, en comparación con otros países de América Latina, el neoliberalismo y su modelo de vida se despliegan con toda su intensidad.

1. Esta entrevista fue realizada en agosto de 2011. Su contenido fue preparado y editado para Revista Némesis por Javier Paredes y Camila Mella. Agradecemos al profesor Santa Cruz por su disposición a participar del presente número.

· **En su opinión, ¿Cómo lo anterior se concilia con el discurso político de la Concertación? Es decir, cómo se concilia la promesa de “la alegría ya viene” con la transición como “etapa estacionaria en su desarrollo”. ¿Cuándo se pasa desde la promesa al hecho de “no, no hay un tránsito hacia nada: Este es el modelo”?**

Claro, esa es la idea. Específicamente, el discurso político o la propuesta cultural de la Concertación, sobretudo en la primera parte de los noventa, se justifica en el miedo. Diría que se trata de una sociedad en que se viene acumulando miedo junto a otras cosas. Tanto quienes apoyaban a la dictadura como los que estaban en contra de ella: todos tenían miedo. En este sentido, diría que Chile es un país donde el miedo es rentable. Por ejemplo, no es casual que hayan logrado introducir el tema de la seguridad ciudadana en los noventa. En efecto, en el caso de la Concertación el miedo era muy concreto: miedo a la vuelta de los militares, cuando Pinochet era Comandante en Jefe y estaba plenamente activo. Ahora, diría que lo anterior se manifestó en dichos como que “*hay que cuidar la democracia*” porque es muy débil ya que acaba de nacer. O sea, no hay que provocar conflictos. Esa era una justificación mediática, discursiva, porque lo que se estaba haciendo era amarrar y consolidar lo existente. Esto no es casualidad porque también le convenía a la Concertación. Si, en el fondo, lo que hizo fue sellar una situación de cohabitación con la Alianza (por Chile), tal como hacían los europeos cuando gobernaba un presidente de un partido y un primer ministro de otro partido...

· **Un concubinato...**

Claro, un concubinato para guardar el poder político entre los dos bloques. Ahora, eso sólo se podía hacer gobernando, que es lo que la Concertación hizo. Eso no significa restarle responsabilidades por todo lo pasado, sino que todo lo contrario. La Concertación tenía la mayor responsabilidad por ser gobierno, considerando que el Ejecutivo en Chile es extremadamente fuerte. No es como dicen ahora: “*no pudimos hacer eso porque la Derecha no nos dejó*”. Oye, ¡pero si gobernaron con la Derecha! ¡El sistema estaba hecho para eso! En este sentido, la Constitución del '80 es una gran creación, de una gran coherencia, muy bien pensada para generar un sistema “*aparentemente*” democrático. Es decir, permitió una cierta forma de democracia que implicaba que dos bloques políticos cohabitaban y mantuvieran un control que duró ¡20 años! Entonces, eso se construyó sobre la base de la famosa y estratégica frase de Aylwin: hacer las cosas en “*la medida de lo posible*”, es decir, el validar la alegría o la democracia sólo en la medida en que se pueda. Manteniendo el orden, sin que haya desorden. Ahora, lo anterior no sólo en la política, sino que en todo orden de cosas. Por ejemplo, en los noticiarios se da un espacio de debate, pero de debate cuoteado en donde jugaba la lógica del empate.

· **Ciertamente. Otro ejemplo podrían ser las teleseries. Usted ha escrito sobre las teleseries en ese período. ¿Qué observa como correlato?**

Respecto a las teleseries, el período que estudiamos coincide con el auge de TVN entre el '95 y el 2000, 2001. En ese período, lo que está apareciendo en las telenovelas no es el tema de la transición

o de las relaciones políticas. Con esto, no quiero decir que lo censuraran ni mucho menos; sino que el foco temático es otro. En este sentido, el foco es –probablemente –parte del segundo discurso de la Concertación: Si por un lado está el miedo; por el otro lado, está la promesa. ¿Cuál promesa? La promesa de la modernización, la de la instalación de un país moderno en el mundo. Entonces, por un lado, eso significaba el acceso a los mercados de todas las personas sobre la base del crédito como herramienta central. Por otro lado, también, eso implicaba construir un discurso identitario en donde lo chileno no se diluyera en el mundo, sino al revés. Esa es una obra bastante notable: cómo armar un discurso que se instala en la globalización sin perder un sello. La diferencia es que se hizo sobre la base del mercado de nuevo, es decir, no como una identidad dura –como pueden ser las identidades políticas, ideológicas o religiosas –sino que como una identidad liviana, poco densa, como una imagen de marca. Por ello, no es casual que en los noventa se empiece a hablar de la “*imagen Chile*” o de la “*imagen país*”, y que, además, haya que vender la “*imagen país*”. Eso, en otra época, habría sido traición a la patria. Sin embargo, en los noventa, se ve no sólo como algo lógico sino que necesario. Entonces se construye ahí, está en las telenovelas, y es éste su foco. O sea, el foco es cómo instalar a Chile en el mundo desde un discurso identitario que permita crear y recrear una “*imagen país*”. A fin de cuentas, ¿qué es eso? Es el equivalente a un discurso de una marca de ropa.

· ***Lo que se puede ver, también, en el discurso de las ventajas comparativas, o en la búsqueda de un atributo diferenciador. Respecto a eso, ¿nos puede dar un ejemplo?***

Claro, es tal como los Chicago Boys instalaron el “*mercado de oportunidades*”. Ellos inventaron lo de las ventajas comparativas en los setenta: me instalo en el mercado con aquello que los otros no tienen. Por algo se usan en las telenovelas todos los juegos de incluir minorías.

· ***Todo el juego de Sabatini...***

Claro, y ahí están los gitanos, los chilotes, los pascuenses, los artistas circenses, y así, una serie de minorías. Ahora bien, obviamente, algunas funcionaron mejor que otras; pero son todas minorías que, más o menos, en su interior rompían, o donde había o se encontraba una identidad relativamente dura. La identidad de Chiloé, por ejemplo. Esa es una “*identidad dura*”, aunque de ella quede muy poco, residuos. Las telenovelas, y no sólo ellas, supieron convertir dichos residuos en objetos turísticos. Por ejemplo, las salmoneras allí jugaron un rol muy importante para desarmar y meter identidades modernas. Ahora, desde la televisión, eso se toma y se arma el guión de una obra de ficción que está hecha para entretener.

En relación a un ejemplo concreto, me acuerdo perfectamente de un personaje que era una señora de edad, que decía que su marido había sido llevado por *El Caleuche*. Y ella iba a la playa a esperar al *Caleuche*, para poder ver a su marido. A su vez, esa misma señora, tenía un nieto o un hijo que entró a trabajar a una salmonera y que se enamora de una niña que era DJ y que venía de Santiago.

La señora miraba muy mal a esta niña, que andaba con el pelo pintado, escuchando música en inglés. Ahora bien, ¿cuál es el punto de mostrar esto? El punto era mostrar estos dos mundos y cómo se van acercando hasta terminar articulados. En este sentido, la DJ encarna a la modernidad, todo lo global; mientras que la señora, todo lo tradicional. ¿Qué quiere decir la telenovela con eso? Que ambos mundos no son enemigos. Se puede ser chilote y creer en *El Caleuche* y, a la vez, se puede estar globalizado. El gran mensaje de esas telenovelas fue el mostrar que las identidades locales pueden articularse con las identidades globales, no siendo contrarias. Sirven para ejemplificar que lo global no viene a aplastar lo local y a destruir las identidades locales; sino que hay que saber insertar a las identidades locales en lo global. Ahora, la manera de insertarlas, como lo dijo Brunner, es creando el “*nacionalismo de competitividad*”. Es decir, el reducir las cosas y todo el ámbito a la discusión y a la creación de una “*marca país*” que sea capaz de competir. Eso mismo lo dijo Iván Zamorano, un futbolista, con una cita completamente coherente con la de Brunner: “*ser capaces de pararse de igual a igual frente a cualquiera en el mundo*”. Eso que aparentemente era sólo la frase de un futbolista tiene un sentido muy profundo: tratar de competir en todos mercados mundiales, y el concebir todo como mercado, incluso la política.

· **Claro. Y a los empresarios empieza a interesarle que también Chile comience a encontrar su identidad porque a ellos les permite venderla. En eso, Lagos empieza a aparecer, con eso de “densificar las identidades culturales para que no se dispersen en el mundo global”, porque en el mundo global que viene, Chile tiene que verse...**

Pero, sobre todo, tiene que verse bien para hacer bien los negocios.

· **Ciertamente. Pero a partir de eso, ¿cuáles son los elementos fundamentales que instala Lagos sobre la mesa?**

· **Si ya venía el miedo, el que se junta con lo global-local, ¿qué se suma después?**

Claro, pero ahí hay otro juego. Creo que habría que investigar mucho más sobre con qué se acompaña la presencia del miedo. Es una tendencia que va acompañada de su contra-tendencia porque, por otro lado, se dice “*sé emprendedor, sé arrojado, anda al mundo, compite en los mercados*”. Y, claro, son cosas aparentemente contradictorias porque si tú instalas tanto miedo como el que se ha instalado aquí lo lógico sería –desde el punto de vista de la lógica formal– una sociedad muy conservadora, muy temerosa. En cambio, se “*propaganda*” –junto al miedo a los otros– el ser arrojados, emprendedores, el tener una mentalidad ganadora. Precisamente, esta aparente contradicción termina por retroalimentarse. Es lo mismo que sucede con lo local y lo global, en donde, a primera vista, aparecen como polares y contradictorios, pero al final se presentan como complementarios. Lo mismo sucede con el miedo y con lo que se puede llamar el “*espíritu emprendedor*”. Esto se nota en la televisión, en los noticiarios, que tienen eso de mezclar el placer con el miedo. Por ejemplo: “*Viene el 18, ¡vaya a la fonda, coma asados y tome vino... pero cuidado, que va a chocar, va a subir de peso!*”.

· ***El maridaje entre negocio y miedo es uno: El orden***

Claro, el mantener el orden les permitió una cosa que justamente hoy se está rompiendo, que se está fisurando, pero que todavía no se está derrumbando. ¿Cómo podríamos llamarlo? En términos casi comunicacionales: sería una especie de libreto social donde cada uno tiene un rol. Lograron durante mucho tiempo encarnar el libreto, es decir, delimitar el ámbito del debate, inscribir las críticas dentro del marco de lo preestablecido, incluso mantener los mismos roles. O sea, se tenía a “los buenos” y a “los malos”, a los que van a atacar a la televisión y los que la van a defender, al oficialismo y a la oposición. Todo debate fue formateado, fue pauteado de acuerdo a un modelo en donde estaban preestablecidos los roles, y eso funcionó durante mucho tiempo, hasta el gobierno de Bachelet con la irrupción de “los pingüinos”, yo diría. Ahí se produce un cierto quiebre en la Concertación, pero durante mucho tiempo, hasta el gobierno de Lagos, eso no estaba. Es más, la Concertación se daba el lujo de tener a sus autoflagelantes y a sus autocomplacientes. También, se daba el lujo de decir frases que se repiten hasta el día de hoy: “no, si el país anda muy bien en lo macroeconómico pero hay que ver el problema de la distribución porque hay mucha pobreza”. Por ejemplo, en el debate presidencial para el 2006, Hirsch, Bachelet, Lavín y Piñera decían exactamente lo mismo: “el principal problema del país es la pobreza”. Los cuatro candidatos hablaban, básicamente, lo mismo. El diagnóstico era compartido, pero ¿dónde se encontraba cierto matiz? En los procedimientos para eliminar la pobreza. Entonces, uno podría preguntarse que algo raro pasa aquí.

· ***Volviendo a lo de las representaciones, Lagos, para su propuesta cultural en TVN, había acudido a una mitología bastante conservadora. En términos de identidades y discursos se acude a los “padres de la Patria”, sin hacer cargo de la realidad material por la que está pasando Chile.***

· ***En este sentido, ¿cuál es la opinión que le merece el vacío que quedó a nivel cultural y que fue llenado, con suerte, con figuras como Faúndez, la señora Juanita?, ¿Cuál es el rol de estos sujetos discursivos?***

Nuevamente se trata de un ámbito complejo, que seguramente necesitará de muchas investigaciones para su comprensión. Por un lado, está eso que dicen ustedes con ciertos personajes. Por otro lado, está la necesidad de crear este “nacionalismo de competitividad”, esta “imagen país”, con algo que nos debe diferenciar en los mercados mundiales. Para ambos casos, se recurre a un discurso identitario conservador, muy tradicional: a la “china”, al “huaso”, la “cueca”, el “Valle Central” y la “hacienda”. Precisamente, el discurso de la Derecha más conservadora, la latifundista, aquélla que viene desde el siglo XIX, de la fusión liberal-conservadora. Siempre le comento a los alumnos, porque ellos no estaban vivos, que en los ochenta o en los setenta, si hablabas sobre la Patria, la bandera, la cueca y el huaso, a cierta juventud, los estudiantes de Educación Superior, ¡te echaban! Sin embargo, en los noventa, encontramos este discurso pero lo notable es que es tomado masivamente, y tomado por la misma juventud que sí acepta ese discurso de la patria, de “dar todo por Chile”. ¿Qué es “dar todo por Chile”? Eso podría haber tenido sentido en el siglo XIX porque si tú “te ponías patriota”, te enviaban a la guerra.

En cambio, ahora, ¿en qué se traduce?, ¿en qué acciones prácticas se traduce? Se traduce en comprar porque el “nacionalismo de competitividad” tiene una versión interna: El “nacionalismo de mercado”. Por ejemplo, el caso del fútbol es muy ilustrativo en este sentido. “La Roja de todos”, es uno de los elementos claves que puede hacer concreto esto: en cada partido te pintas la cara, usas “la Roja” que cuesta como treinta lucas, compras carne, compras la cerveza y de ahí, después de todo eso, “das todo por Chile”. Es decir, te endeudas.

• ***El endeudamiento está muy avanzado...***

Claramente, pero aparecen otros elementos de complejidad. El discurso remite a una realidad que no existe. Se apela al campo y a la hacienda cuando el ochenta y tres por ciento de las personas de este país viven en zonas urbanas. Se trata de un mundo totalmente ido, una caricatura esclerotizada de un mundo que pasó, ¡y qué felizmente pasó gracias a la Reforma Agraria! A lo anterior, se suman personajes como Faúndez y la señora Juanita, acumulándose, uno arriba del otro, sin tener –al parecer– correspondencia. Hay que destacar que las actuales movilizaciones están plagadas de banderas chilenas. Ahora, dudo que toda esa gente haya decidido decir: “oye, ¿por qué no nos construimos otro discurso identitario? Uno que tenga que ver con lo que somos realmente”. ¡No!, o sea, en junio incluso habían temores que la Copa América vendría a apagar las movilizaciones. Pero no, en los colegios tomados habían televisores para ver los partidos. Ese discurso es fuerte, y es fuerte porque es la única respuesta que hay, armada y coherente. Es la única respuesta que existe frente a un vacío enorme que puede generar –y en eso coincido con Brunner– el vacío enorme de sentido que puede generar la etapa actual del capitalismo moderno, que es la disolución en lo global, en algo indiferenciado. Y ésta es la única respuesta que hay.

• ***¿Usted cree que se está avanzando algo en esa línea, en construir un nuevo mito del Chile endeudado?***

No, de ninguna manera.

• ***¿Hay elementos para escribir un nuevo mito?***

No lo sé. Porque si se mira el siglo XX, dicho discurso ya estaba. Por ejemplo, considera la figura de los “Los Huasos Quincheros”. Desde los años veinte aparecen los primeros conjuntos de huasos que la industria cultural toma y graba. La única propuesta cultural alternativa aparece recién en los cincuenta o sesenta de la mano del folclor. Se trata del discurso cultural de Violeta Parra, de Víctor Jara, con una propuesta cultural asociada a un proyecto de país, a una propuesta política-ideológica. En ella, la identidad nacional era o tenía como correlato un proceso social, otro tipo de sociedad. Pero, hoy, ¿qué hay? Si consideramos, por ejemplo, la onda urbana de reivindicar lo *guachaca*. En lo personal, me provoca náuseas porque estos elementos son tomados sólo desde ciertas élites mediáticas e intelectuales. ¿Para qué? La palabra sería “*encanallarse*”, “*hacerse de la canalla*”. Es decir, bajar, ¡Pero por

un momento! O sea, se trata de jugar a ser plebeyo tomándose un terremoto, yendo a La Piojera, o bailando cueca en El Huaso Enrique. Ahora, este fenómeno tampoco es nuevo. No es primera vez que ocurre una reapropiación elitista. Tampoco es Chile el único lugar donde ocurre, pues, obviamente, ocurrió antes en otras partes. Ya Gramsci habló sobre lo mismo: se trata de tomar al folclor como residuo, como pedazos o restos que quedan. Por ejemplo, las cuecas choras son eso: Son restos, son residuos tomados por ciertas élites –mediáticas o intelectuales–, para darse una especie de “baño de plebe”. Porque ni siquiera es pueblo: es “plebe”, se autodenominan “plebeyos”, festejan la suciedad. No es lo mismo que hacían Violeta Parra, Víctor Jara, o Margot Loyola, quienes se dedicaban a rescatar el folclor, el tratar de hacerlo un estilo de vida. En primer lugar, porque ellos provenían del mundo popular. En segundo lugar, su trabajo era realizado con respeto. Eso era rescatar al folclor porque estaba asociado a una propuesta política. Por el contrario, lo *guachaca* es sólo mercado. A lo mismo respondían personajes como Faúndez, el emprendedor: A una lectura de lo popular “desde arriba”.

· Si bien ya habíamos hablado sobre los elementos que constituían la propuesta cultural de la Concertación hasta Lagos, el 2006 hay un quiebre. A partir de ahí, ¿Cuáles serían los nuevos elementos vendrían a romper o a continuar con la propuesta cultural de la Concertación?

Básicamente, comienza a hacerse legítimo el conflicto porque, en la época anterior de los noventa, el conflicto no era legítimo. Cuando se hablaba de “la democracia de los acuerdos”, de “las políticas de consenso”, es porque el conflicto social y político tenía que estar circunscrito a ciertas normas y procedimientos bien acotados. La irrupción de “los pingüinos” el 2006, y no sólo ellos sino que con las nuevas manifestaciones que aparecen, hacen evidente que hay conflictos sociales que tienen que desarrollarse en tanto que tales. El conflicto social no es una anomalía dentro de la sociedad, sino que es parte de ella. Esto ya lo decían los sociólogos funcionalistas norteamericanos por los años cuarenta. Es cosa de leer a Laswell, a Merton, o a Parsons. Por ejemplo, la teoría del conflicto de Dahrendorff ve al conflicto como justamente lo que hace avanzar a la sociedad. Si aquí lo que se veía era una cosa absurda: la de pretender crear una sociedad sin conflictos. Lo anterior, a la vez, constituía un discurso identitario: una sociedad que sólo tiene intereses comunes y nacionales. O sea, la posibilidad que hayan intereses contradictorios adentro de la sociedad y que eso genere conflicto pasaba como una aberración. Más que una aberración, desde ahí venía el miedo: “acuérdense de a dónde fuimos a dar”, “acuérdense del ‘73”.

· Últimamente, han recordado bastante eso

Es su reaparición. Escuché a (Alberto) Cardemil haciendo un análisis que pretendía ir más allá de la coyuntura, hablándole a los jóvenes: “jóvenes, ustedes no saben lo que están haciendo. Esto es lo que se vivió a mediados de los sesenta”, “Todos sabemos en lo que esto va a terminar” (en alusión al Golpe de Estado). Eso es claramente una amenaza. Diría que desde el 2006 se va haciendo evidente que la sociedad puede y debe tener conflictos. Tiene que reconocerlos, legitimarlos, tiene que entender que hay intereses encontrados... y resolverlos. Hay intereses distintos, además de intereses contradictorios,

que no es lo mismo. Y hay intereses que no se pueden conciliar. No se pueden conciliar, o sea, o prevalece uno o prevalece el otro.

• *Por eso Piñera aparece como fuera de juego cuando reivindica “la política de los acuerdos” y “el interés nacional”. Ahora, volviendo sobre la importancia de la televisión durante la Concertación, en donde las teleseries sobresalían porque había una cultura de masas a partir de la cual la gente se relacionaba. Como decía Brunner, “la televisión era la forma que tenía uno para participar de la cultura”. No obstante, la televisión va para abajo*

Yo no diría que va para abajo, sino que ha cambiado.

• *¿Cómo ha cambiado?*

Ha cambiado, y lo ha hecho para mal. ¿Por qué? Porque se está segmentando cada vez más. La televisión de los noventa era una “televisión de masas”, si bien es cierto que apareció la televisión codificada, todavía la televisión abierta era más vista.

• *¿Ése es el fenómeno que usted denomina la “plebeyización de la televisión”?*

Claro. Sin embargo, ahora con el desarrollo de la televisión codificada, la diversificación interna es gigante. Consideremos que aún estamos con televisión analógica, y ya tenemos satelital Premium, satelital básica, codificada Premium, y codificada básica. Ahí tienes cuatro niveles de emisión distintos, para capacidades de pago distintas, para públicos distintos, además de la televisión abierta. Esto no funciona como canales separados sino que cruzados.

• *¿Qué sucede con la prensa en ese contexto?*

Ahora tienes a un periodismo de masas, que es básicamente una revista *magazinesca*, sustentada sobre dramas humanos. También tienes periodismo “clásico” –llamémoslo así: “*periodismo clásico moderno del siglo XX*”– que no forma parte de la televisión abierta sino que de los canales codificados. Es ahí donde Guillier hace una entrevista de media hora mientras que en televisión abierta muestran una nota de diez segundos. El punto aquí es constatar un cambio a nivel comunicacional de la televisión, que se agudizará con la llegada de la televisión digital. Dicho cambio es la segmentación, y será cada vez mayor: segmentación socioeconómica, social, de contenido, de edad, de sexo, de todo... y eso va a ser llevado a N porque la tecnología permite aquello. Que eso se lleve a N, es decir, que tú tengas tu programación personal en tu casa. De partida, Televisión Nacional, eso se está discutiendo aún, quiere cobrar. La tendencia a la digitalización, así como se está planteando en Chile, es a pagarlo todo. Y eso es un cambio muy grande con respecto a los noventa. Hoy, si uno dice “la televisión” hay que empezar a precisar de qué está hablando.

· *Profesor, lo quería invitar a combinar los siguientes elementos. El 2005 el movimiento estudiantil, si TVN no lo cubría, cero posibilidad de seguir adelante. El 2006, cuando todavía había una fuerte influencia de la televisión sobre la gente, los medios dieron cierta posibilidad de avance a las movilizaciones hasta que llegó la famosa portada de "Las Últimas Noticias" con "cabros, no se suban por el chorro", la cual marcó el inicio del fin de las movilizaciones. Hoy, por un lado, se aprecia una acumulación mayor de descontento social; por otro lado, la televisión está mucho más diversificada... y entre ambas hay una maduración del uso de internet.*

Eso hay que agregarlo ya que no estaba en los noventa.

· *Claro. La televisión no logra establecer un monopolio porque en la medida en que mediatiza, lo social madura y se abren ciertos canales autónomos de comunicación.*

Obviamente. Por ejemplo, cuando viene una marcha, ¿por dónde se informa sobre la marcha? Por la televisión y por internet. Se ve en la televisión y, luego, se busca en internet, donde está el "minuto a minuto". Ahora, mientras se va más abajo en el rango etario, más diversificados son los caminos. En internet, se suma twitter, Facebook, y todo lo demás. Entonces, la televisión, conceptualmente, se acaba. Esto es digitalización, pero cuando se instala, lo que se tendrá es multimedia. O sea, una serie de opciones pero todas marcadas por el mercado.

· *¿Y qué pasa con la cultura de masas en ese escenario?*

Yo diría que desde los noventa que viene esta tendencia, sólo que ahora está madurando. Es una nueva expresión de estas curiosas paradojas. Una tendencia y una contra-tendencia que, conceptualmente, son los contrarios pero que, en los hechos, se articulan. ¿Qué es la cultura de masas? Es la homogeneización social, política, cultural, ideológica. Ahora, a pesar de la segmentación, ésta sigue existiendo. Es cosa de mirar lo que pasó con la Copa América, ¡ahí tienes operando a la cultura de masas plenamente! Y el que mire eso, diría: "¡estamos como en los cuarenta, traigan a Adorno!". Pero no, al mismo tiempo, se da la más profunda heterogeneización porque, en la medida en que el país se esté digitalizado, lo que vamos a tener es una gran oferta de mensajes en distintos lenguajes y en una sola pantalla. Cada uno podrá construir su "menú programático", según sus gustos personales. Así Televisión Nacional o cualquier otro canal podrá tener cuántas señales quiera. Y así vamos a llegar a una saturación... es casi inimaginable. Tecnológicamente se puede todo eso. Ahora, si no ocurre es porque hay intereses económicos que no quieren que ocurra... y que quieren, más bien, controlar este proceso. Entonces, lo que se dará es una segmentación cada vez mayor, cada vez más fuerte, llegando al máximo segmento que es el individuo, el individuo consumidor. Ahora bien, ambos procesos se articulan, no son contradictorios y se dan desde los noventa. Por un lado, avanzó el proceso de segmentación de audiencias según lo económico, básicamente. Con esto me refiero a que el que articula todos estos movimientos es el mercado, no es el Estado, ni la política. No es desdeñable, aunque decirlo es poco

político y no saca ningún aplauso, pero es el mercado el que, efectivamente, produce competencia. Efectivamente produce un nivel de competencia, pero no quiere decir que produce democracia. Una cosa no tiene nada que ver con lo otro, aunque un liberal defenderá que la competencia es expresión de la democracia...

• **No produce productividad, necesariamente. ¿Cómo se da esto en la prensa?**

Es cosa de mirar las prácticas, en donde un periodista es capaz de poner cualquier tipo de información sólo para ganarle al otro. Esta información puede ser darle tribuna a... no sé, el medio que consiga hacer buenas entrevistas a un encapuchado, ¿tú crees que no lo va a hacer? Por supuesto que le va a dar tribuna. Ahora, hay que tener cuidado porque no se trata que esto borre las hegemonías. En absoluto. Tampoco se trata de un elemento subversivo. No, es pura competencia en el mercado. La Tercera ganándole a El Mercurio. Porque La Tercera quiere ganarle a El Mercurio, entonces filtra información. Ahora, eso significa que se convierten en escenarios, en solo escenario.

• **Volviendo sobre el análisis de los medios desde los noventa, ¿cuál ha sido el papel que ha jugado la prensa, específicamente?**

Bueno, la prensa... diría que ha vivido un juego de tendencias y contra-tendencias en su interior. Hay una tendencia global de la prensa que es una transformación acorde a la etapa actual del capitalismo mundial. Es una prensa que se distancia y que se aleja de su rol clásico. ¿Discutible o no? Por supuesto, discutible en cuanto intérprete o formador de opinión pública, de una prensa dotada de una cierta misión política, la cual podía ser vista de distinta manera: como fiscalizadora de poderes, como intermediario o mediador entre los distintos sectores de la sociedad, etc. No obstante, ahora parece una prensa mucho más autonomizada, en tanto negocio en el sentido estricto. Respecto a eso, escribí un artículo que se llama "*Desde el periodismo ilustrado – en el sentido de querer jugar ese rol social y político– al marketing informativo*", es decir, a un periodismo centrado en la venta de informaciones. Un poco de esto está en un texto de Bourdieu en "*Sobre la televisión*", quien habla de un "*periodismo circular*", que no tiene contacto ya con la sociedad.

• **Como un sistema**

Claro, se miran y se leen a sí mismos, porque el eje articulador del sistema de prensa es el mercado y, por tanto, la competencia hace que se vigilen mutuamente. Esta tendencia se desarrolla en Chile desde los noventa, yo diría, de una manera fuerte, manifestándose de una manera muy concreta. Por ejemplo, desde el *twitteo* permanente pensando que la opinión pública está muy interesada en lo que ellos *twitteen*. No manejo datos actuales sobre cuánta gente lee diarios, cuánta gente escucha radio, etc., pero los estudios de hace diez años mostraron cómo la gente se fue desplazando hacia el noticiero televisivo, dejando de leer periódicos. Entonces, así se maneja el marketing informativo, de la

prensa sólo como negocio, como venta de informaciones. Una prensa que ya no tiene una causa social. Ahora, ¿por qué en los noventa? Porque la “democracia” requiere de mercados abiertos. Necesito que “me dejen” poner el titular sobre Camila Vallejo y “su colita” en Las Últimas Noticias y que nadie diga nada.

· **¿Cómo lo anterior golpea a la política?**

Yo diría que no golpea a la política porque la política también se escabulló de lo social. Esta política de los noventa también tomó distancia de lo social, por eso se habla de “clase política”. “Clase política” es un concepto que, siendo riguroso, debería ser trabajado mucho más en Chile. Es necesario plantearse si realmente se ha logrado constituir una “clase política” porque construirla requiere de una separación muy grande entre el cuerpo social y el sistema político. Recordemos que el concepto de “clase política” es de Gramsci. Ahora, ésta también es una tendencia universal. A Chile llegó tarde, incluso. O sea, durante Pinochet no había “clase política” porque había una causa: ya sea “modernizar el país y matar a todos los comunistas”, o ya sea “botar a la dictadura”. Entonces, a Chile llega tarde porque en otros países esta tendencia de la “clase política” es anterior: cuando el sistema político se va de la sociedad y empieza a operar por sí y para sí. Además, es “clase”, ¿por qué? Porque tiene intereses propios más allá de qué partido sean, los políticos poseen intereses que son comunes.

· **Defienden sus intereses y no los de sus –en teoría –representados**

Claro. Diría que en Chile esa tendencia se manifiesta también desde los noventa en adelante, cruzando nuevamente lo universal con lo particular. Esa tendencia universal, ¿qué encuentra como particularidad en Chile? Esta “transición pactada” entre dos bloques políticos. De este modo, encuentra condiciones con esos dos bloques funcionando. Esta cohabitación permite su independencia de la sociedad. En Chile se da con una claridad que no se da en el resto de América Latina. La “democracia pactada” permitió que esa tendencia se desarrollara, cuando los dos bloques se comenzaron a “ir” de lo social, como un globo que empieza a alejarse de la tierra. No es raro, entonces, que desde acá la gente comience a decir: “Estos tipos tienen intereses particulares”. Así, se refuerza otra imagen, que es muy antigua en Chile, de “la política es naturalmente corrupta” y que “los políticos son naturalmente ladrones”. Con estas cosas hay que tener cuidado porque este discurso está en la base de todos los nacionalismos de Derecha. El discurso anti-política es como “la escoba del General Ibáñez” que llamaba a barrer la corrupción en los años cincuenta.

Respecto a la pregunta, hay cosas que habría que investigar más. Por ejemplo, ¿qué relación de representatividad hay o no hay, aunque sea a nivel discursivo, entre los gremios empresariales y RN o la UDI? Antes eso era evidente. O sea, los partidos de Derecha estaban relacionados, vinculados con la SOFOFA, con la CPC, etcétera. ¿Pero hoy hay alguna relación de representatividad? Mi impresión es que no es tan claro como era hace cincuenta años. Por las mismas razones que hacen que Lagos sea

o fuera adorado por los empresarios. ¿Por qué? Porque Lagos los mantenía mucho mejor, era mucho más funcional para los negocios. También sería interesante ver, ¿qué tiene que ver hoy en día el Partido Socialista con los trabajadores? Hoy no se sabe, pero antes era una relación casi mecánica. Por ejemplo, ¿quién representa la clase media? Si cuando se habla de “clase media” cabe el 80 por ciento del país. Por otra parte, ¿cuál es la estructura de clase hoy en día? ¿Hay una? Porque algunos dirán que no hay. Los más entusiastas del modelo, decían en los noventa, que se acabó la estructura de clases. Uno de esos es Tironi, quien plantea la “elevación de las masas”, que toman el poder con el control del consumo. Así escribe *“La rebelión de las masas y el malestar de las élites”*, cuya tesis es que no hay clases sociales, sino que sólo individuos que conforman una masa.

• *Es la era del vacío*

Ya no hay élites, ya no hay colectivos sociales. Bueno, obviamente estos conflictos muestran que las cosas son más complejas, pero también muestran que hay un gran vacío de estudios, de análisis en la materia. Se piensa sobre los noventa, pero desde el 2000 para adelante, ¿Cuáles serían los textos a leer, para informarse, para entender lo que pasa en Chile?

• *En el noventa, Moulian y “Chile: Anatomía de un mito”*

En los noventa, hay que leer a Moulian, hay que leer a Garretón. Por el lado de la Derecha también hay libros. Pero desde el 2000, ¿Cuáles serían los libros a leer? Podría ser *“El desalojo”*... que es propaganda. En definitiva, hay un gran déficit de conocimiento, lo cual también se evidencia en la clase política. Y eso es bastante interesante porque si se aleja de la sociedad de súbito, la clase política se torna cada vez más ignorante.

• *Por eso, a los centros de pensamiento hay que “librearlos”*

Claro, de manera que sólo se repiten frases, y tres o cuatro cosas puntuales. Por ejemplo, Bitar contra Francisco Figueroa (Vicepresidente FECH). Bitar muestra tal ignorancia al lado de un joven, que lo único que hace es enrostrarle toda su historia. La única frase que pronunciaba era: *“había que masificar la Educación Superior, pero no había plata para todos. Entonces, como no todos tenían plata, creamos lo único que se podía crear y ahora, entonces, hay que mejorar lo que creamos”*. Él (Sergio Bitar), por ejemplo, no era capaz de decir: *“no, esa cifra está errada, porque el 33%...”*. O sea, nada. ¡Si Bitar fue Ministro y no maneja ninguna cifra! No es capaz de sacar ningún dato. Es impresionante a nivel de la “clase política”, esa clase de ignorancia. Senadores y diputados no sólo no saben de educación, sino que no saben sobre nada. Pasa lo mismo en todos los temas. Y eso que se supone que se les da plata para que contraten a asesores, justamente para eso, porque tampoco tienen por qué saberlo todo, a modo de enciclopedia. Pero a ellos les pagan para que contraten gente, para que les hagan informes, les expliquen los temas. Y la impresión que dan o que proyectan, es que no saben nada. Un poco mejor, quizás, están los funcionarios del gobierno porque tienen más datos, tienen gabinetes, tiene que hacer presentaciones.

· Bueno, y para ir cerrando la entrevista, ¿por qué cree que en Chile, o en general y al parecer, existe poca investigación sobre medios de comunicación desde las Ciencias Sociales?

No es extraño, en absoluto. Es una tradición de la Izquierda chilena. Es más, diría que no sólo de la Izquierda sino que del sistema político chileno en su conjunto. Existe la tendencia a tener una mirada instrumental sobre los medios, reduciéndolos a una estructura de propiedad. Por ejemplo, se dice: *“el dueño es Agustín Edwards, entonces podemos inferir todo lo demás”*. Pero no es así, no es tan simple. No basta con conocer que el diario es del señor Edwards para comprender cómo se producen y articulan los discursos. Lamentablemente, ésta es una visión que en Chile se reproduce. ¿En qué se debería poner atención? Por ejemplo, en la estructura de producción de las noticias influyen muchos factores que el lector o espectador no ve. Aquí hay un proceso de producción donde interviene muchas lógicas e intereses. Una pregunta: cuando se mira *“24 Horas”* o cualquier noticiario, ¿Quién o cuál es el emisario? La respuesta no es obvia porque hay muchos emisores: Está Televisión Nacional, como institución del Estado, con su lógica del empate. Está el Directorio, que la mitad es para la Concertación; y la otra mitad, para la Alianza por Chile. Están los avisadores, que también son los emisores. Entonces, es probable que resulten temas que no se toquen, porque no queremos que se nos vaya el avisador. Por ejemplo, recuerdo el tratamiento que se dio al caso de colusión entre las farmacias, que son los avisadores privilegiados de los canales. Por otra parte, también los periodistas son emisores, tienen sus propios juegos. Hay muchos niveles de intereses en juego, desde un periodista recién titulado hasta el Estado, pasando por grupos económicos. Con ello quiero decir, que no es tan simple reducir todo a la edición editorial. Otro ejemplo: El Mercurio tiene tres estrategias de mercado distintas. Una es *“El Mercurio”*, otra es *“Las Últimas Noticias”*, y la tercera es *“La Segunda”*. ¿Son contradictorias? No, porque son de la misma empresa, pero van dirigidas a públicos distintos utilizando un lenguaje diferente. En definitiva, la mirada sobre las comunicaciones es una mirada marxista vulgar, un mero reflejo. La famosa *“teoría del reflejo”*, que es stalinista, da la famosa relación estructura-superestructura; en donde la comunicación es ubicada en la superestructura, como reflejo de lo que ocurre en la estructura. En América Latina, lamentablemente, se repite este argumento stalinista cuando se dice: *“Las telenovelas no reflejan la realidad nacional”*. Pero, ¿Por qué la habrían de reflejar? Las telenovelas no son espejos, porque si las consideráramos espejos, serían una superficie plana. Por el contrario, son un artefacto complejo que articula lenguajes diversos, por lo tanto, nunca van a reflejar nada.

Ahora, en el medio académico, la noción más común es la idea del reflejo, de la instrumentalidad. La lógica para entender los medios está fuera de los medios y no en los medios mismos, en sus operaciones, en su rutina, etcétera. Ahora, la visión instrumental no está sola, sino que también se manifiestan otras tendencias. En América Latina, desde los noventa hacia adelante, la investigación en comunicaciones se ha caracterizado por la fragmentación. En décadas anteriores, uno podía toparse con los mismos objetos de estudio. En cambio, hoy en día existe una gran fragmentación en los objetos (de estudio), y fragmentación institucional, además. Por ejemplo, está la irrupción de lo tecnológico, de manera un poco fetichista. También está la fascinación por la performatividad de las tecnologías, copando buena parte de la investigación.

· *Hay una especie de desprecio también. Es visto como un tema de estudio "blando", quizás*

Claro, como las fotografías, la semiología, o el lenguaje.

· *Cuesta, además, el hacer cuadrar los marcos metodológicos. Asimismo, se ven como meros oficios, no profesiones*

En Comunicación hay tradiciones teóricas, metodológicas. Hay décadas de estudios y de investigación. Lo que pasa que en Chile, particularmente, está esa visión más instrumental. El más claro, es el que lo ve como banalidad. Por ejemplo, analizar telenovelas de los noventas era una banalidad para los cientistas sociales. Se miraba despectivamente. Entonces, depende de los lugares. En la (Universidad de) Chile no es casualidad que no exista una Facultad de Comunicación. Este instituto (Instituto de la Comunicación e Imagen, donde se ubican las carreras de Cine y Televisión, y Periodismo) fue creado casi a la fuerza, porque si no, seguirían teniendo una carrera de Periodismo colgada a la Facultad de Ciencias Sociales. Ahora, además, estamos fuera de reglamento: porque la Universidad dice, sobre los institutos, que deben ser interdisciplinarios y que deben dar investigación en el postgrado, y nada más. Pero si vas a otras partes de América Latina... yo tuve la suerte de ir, a principios de agosto, con otros profesores, a la Universidad de São Paulo, que se ha hecho famosa por recibir el 70 por ciento de financiamiento estatal. ¡Tiene una Facultad de Comunicaciones que ni les cuento! Una facultad con varios edificios, una biblioteca de tres o cuatro pisos. Para que se vea lo atrasado que estamos. Y eso produce un atraso de conocimientos, ciertos desfases de conocimientos. Porque las comunicaciones no se consideran como variable importante. En Comunicación hay tradiciones teóricas, metodológicas. Hay décadas de estudios y de investigación. Lo que pasa que en Chile, particularmente, está esa visión más instrumental. El más claro, es el que lo ve como banalidad. Por ejemplo, analizar telenovelas de los noventas era una banalidad para los cientistas sociales. Se miraba despectivamente. Entonces, depende de los lugares. En la (Universidad de) Chile no es casualidad que no exista una Facultad de Comunicación. Este instituto (Instituto de la Comunicación e Imagen, donde se ubican las carreras de Cine y Televisión, y Periodismo) fue creado casi a la fuerza, porque si no, seguirían teniendo una carrera de Periodismo colgada a la Facultad de Ciencias Sociales. Ahora, además, estamos fuera de reglamento: porque la Universidad dice, sobre los institutos, que deben ser interdisciplinarios y que deben dar investigación en el postgrado, y nada más. Pero si vas a otras partes de América Latina... yo tuve la suerte de ir, a principios de agosto, con otros profesores, a la Universidad de São Paulo, que se ha hecho famosa por recibir el 70 por ciento de financiamiento estatal. ¡Tiene una Facultad de Comunicaciones que ni les cuento! Una facultad con varios edificios, una biblioteca de tres o cuatro pisos. Para que se vea lo atrasado que estamos. Y eso produce un atraso de conocimientos, ciertos desfases de conocimientos. Porque las comunicaciones no se consideran como variable importante.

· *Además que el análisis de los medios de comunicación se remite al análisis de contenido*

Claro, y las distintas metodologías de análisis de contenido apuntan a repetir la enésima versión del mismo artículo, que ofrece la misma versión estereotipada de los peruanos. En ese sentido, basta mirar lo que está haciendo Las Últimas Noticias con Camila (Vallejo). Es tan evidente. No es necesario leer a Van Dijk para eso. ¿Y qué está haciendo? Tratando de sacarla de la política y meterla a la farándula, sin que deje de ser líder de opinión. Ella, hasta ahora, ha podido manejar la situación. Mi mujer me recordaba que es lo mismo que le hicieron a Gladys Marín, sólo que ella tenía otra forma de contestar. Camila (Vallejo) se pone seria, ella habla desde la seriedad. Y está bien, es una manera. En cambio, Gladys Marín los desafiaba usando una minifalda aún más corta, diciendo: *“si querís (sic) verme las piernas, ¡mira!”*. Se sabe que los medios de comunicación son conservadores, por lo tanto, siempre van a operar con la ideología hegemónica dominante. En efecto, la naturaleza misma de los medios, como instituciones que son, los llama a ser conservadores del orden social, más que rupturistas. Con la excepción de crear medios en otro lugar, que apunten a la transformación social. No obstante, los medios institucionales, que se desarrollan, que se instalan y que logran un crecimiento como instituciones en la sociedad, tienden a estar más bien del lado del orden... y a trabajar con el sentido común, más masivo, más conservador. Pero todo lo anterior es obvio, la investigación tiene que ir mucho más allá de cuestiones tan evidentes.

