



Eduardo Santa Cruz

Prensa y Sociedad en Chile, Siglo XX

2014, Santiago de Chile: Editorial Universitaria

Reseña de **Lorena Antezana Barrios**

Universidad de Chile

lorena.antezana@gmail.com

Sería difícil afirmar que el libro de Santa Cruz presenta un estado del arte en cuanto al desarrollo de la prensa en Chile de casi un siglo (1900 - 1990), porque hace más que eso. Ciertamente realiza una revisión acuciosa y bien fundamentada de los diarios y revistas presentes en cada una de las etapas que considera, pero lo hace de manera “situada”, es decir, vinculando la descripción con el contexto histórico, social, político y económico del país e interpretando esta coyuntura. Además, no se trata solamente de prensa escrita (diarios, semanarios y revistas especializadas), sino también de la radio y de la televisión. Es decir, que nos brinda un amplio panorama de la evolución y circulación de los medios de comunicación chilenos durante ese tiempo.

En un estilo ágil y entretenido, el libro organiza en cuatro periodos esta revisión. Explicando previamente —primer capítulo— cuál es la perspectiva a partir de la cual se “lee” cada periodo, brindando una definición de lo que entiende como “estrategia” y “modelo periodístico”. En el primer caso, se refiere al “perfil del medio”, el que combina de acuerdo al mismo autor— sus “objetivos y definiciones ideológico-culturales, periodísticas y empresariales” (p. 14). Mientras que por modelo periodístico entiende a “una determinada manera de articular y relacionar los elementos constitutivos de su estrategia” (p. 17). No todos los medios logran constituirse en un modelo y, muchas veces, varios medios en conjunto lo hacen.

Por cierto, no se trata de un libro aséptico ni neutral, existe un punto de vista y una mirada crítica que, sin ser explícita, deja claramente establecido el “lugar” desde el cual se está abordando este proceso. El primero de los supuestos sobre los que este libro se organiza es el de reconocer a los

medios como “actores” en una determinada sociedad, en este caso la chilena. Es decir, y a pesar de la explícita declaración de intenciones que algunos de ellos —los medios— hacen, no son neutrales ni objetivos. Otro supuesto que está a la base de este texto es que los medios son parte de la sociedad en la que están insertos, es decir que asumen una función específica, de acuerdo a lo que está ocurriendo en la misma; además, no solo el sistema de financiamiento de cada medio determina su periodo de existencia y la relación con los otros medios (no únicamente la prensa), sino que también la radio y la televisión inciden en la propuesta que se entregue a los lectores. Quizás este último punto es el menos desarrollado en el texto.

Son cuatro los grandes periodos considerados por Santa Cruz. El primero de ellos comprende el periodo 1900 - 1930 y se titula “Los comienzos de la prensa moderna en Chile”, indicando que se trata ésta de una etapa caracterizada por la “instauración del capitalismo como signo de la inclusión del país en la modernidad” (p. 19); la explosión de la cuestión social y la emergencia de un moderno proletariado que permite “la aparición de una auténtica prensa de empresa” (p. 21) donde el acontecimiento noticioso es una mercancía más, demandada y transada. En esta etapa el periodismo es visto como mediación social. Y, en estas condiciones, el autor constata un crecimiento explosivo del número de publicaciones. Las cifras lo ilustran. En 1898 eran 287 los diarios, periódicos y revistas del país, mientras que en 1902 eran 406 y en 1914 ya alcanzaban los 531. En este periodo coexisten diarios que trabajan distintos “modelos”: Los informativos propiamente tal, los católico-populistas —con un modelo populista a la base— y los híbridos, “entre doctrinarios e informativos”, al decir de Santa Cruz. En este contexto también empieza a surgir la prensa obrera y, en contraste y de la mano con la masificación de los medios, aparecen también las revistas magazinescas.

El segundo periodo, y bajo la denominación de “La prensa en el desarrollismo”, revisa el acontecer de la prensa entre 1930 - 1973. De acuerdo al autor, se trata de la etapa que tuvo mayor tiempo de desarrollo, logrando consolidar una manera de hacer periodismo que, de alguna manera, marcará el quehacer profesional futuro, por afinidad o por

oposición. Este periodo estuvo marcado por la necesidad de reorganización social tras el fracaso del proyecto modernizador liberal-oligárquico, iniciando un camino de “construcción de un capitalismo nacional [enmarcado] en modelos de modernización basados en la industrialización y con vocación universal” (p. 89). De acuerdo a Santa Cruz en este marco se “desarrolló el sistema de comunicación social que encontró en el proyecto desarrollista condiciones para su crecimiento y ampliación” (p. 93). Es así como muchos de los modelos iniciados en el periodo anterior se consolidaron en esta etapa. Es el caso de la prensa popular. En cuanto a los modelos, además del informativo —que ya existía— surge el interpretativo, que sigue la propuesta de la revista norteamericana *Time* y que está a la base del quehacer de las revistas de actualidad del periodo. En este apartado se incluyen referencias al periodismo radial, a los noticieros de cine y a los inicios del periodismo televisivo.

El tercer periodo es llamado por Santa Cruz: “La prensa y la crisis de poder”, y abarca los años 1970 a 1973. Este periodo, a pesar de su corta duración, es uno de los mejor desarrollados por el autor, que, además, indica: “tan corto periodo fue uno de los más importantes de la historia del país” (p. 145), porque la crisis vivida, a diferencia de las anteriores, recorrió toda la estructura de la sociedad y no fue una crisis “intraelite”. El proyecto desarrollista se había agotado y existía una alternativa social y política de base popular. El ascenso de la Unidad Popular habría obligado a la prensa liberal a llevar a cabo una profunda transformación, impulsando la prensa de oposición a la violencia y la acción directa de sus masas en nombre del orden social. El diario asume una función de “representante de la opinión pública”. La prensa de izquierda por su parte “fue incapaz de desarrollar un modelo propio y siguió operando bajo la propuesta liberal aunque con una actitud defensiva”.

El último periodo presentado es el comprendido entre 1973 y 1990, titulado “Prensa y Dictadura”. Periodo caracterizado por “la implantación del régimen dictatorial que significó la instauración de una nueva forma de dominación y de un nuevo modelo de acumulación capitalista” (p. 173). La prensa en este contexto habría respondido tanto a una lógica autoritaria, represiva y restrictiva, cuanto a una

lógica de mercado. Esta etapa también está marcada por la masificación y consolidación de la televisión como principal alternativa de entretenimiento, información y consumo cultural, lo que coincide con el repliegue del individuo hacia la esfera privada. Las revistas ejercieron un rol de oposición junto a algunas radios. Durante los años 80, además, se inicia la tendencia a la segmentación de audiencias; modificaciones importantes, puesto que dejan establecidas las bases de lo que tenemos hoy en día. Salvo, por cierto, los cambios que se han producido a raíz de las inicialmente llamadas “nuevas tecnologías” y la irrupción de los canales de noticias 24 horas, fenómenos cuyo alcance no se podía prever.

Como hemos podido apreciar, la organización de cada periodo responde a la lógica de ordenamiento político y social del país. Reconocemos en el autor un amplio conocimiento de la historia y, por cierto, de los medios que está describiendo, lo que, sin lugar a dudas, es una de las fortalezas del libro. Que en absoluto es un cierre, pues deja planteadas interrogantes acerca del periodo siguiente, tales como: ¿qué es realmente lo que ofrece la prensa nacional y qué es realmente lo que busca el consumidor de noticias?; ¿cuál es la operación de transformación de la actividad periodística, en qué se ha convertido?; ¿cuál es el pacto de lectura subyacente a la relación entre prensa y sociedad? La respuesta tentativa de Santa Cruz es que progresivamente la prensa abandona su pretensión de ser “mediador”, “testigo” o “vocero” —roles que la habían caracterizado en el periodo revisado—; ahora sería un dispositivo de producción de sentido. El periodismo moderno se habría convertido en marketing informativo.

Y, a modo de cierre, en palabras del autor, “hoy predomina [...] un periodismo difusor de verosímiles, es decir, que no tiene una verdad o causa que transmitir, sino que difunde lo que la gente está dispuesta a creer” (p. 208).

Los invito entonces a leer este texto y, siguiendo sus líneas, a reflexionar en torno al itinerario de la evolución que describe, en el entendido de que allí se establecen los hitos más relevantes que nos permiten reflexionar sobre el tipo de prensa que tenemos hoy y, por tanto, plantearnos nuevos desafíos.