



PRENSA SATÍRICA CONTEMPORÁNEA EN CHILE: EL CASO DE *THE CLINIC*

MEMORIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE PERIODISTA

GIANNINA ORNELLA VARNERO RAIN

Profesor Guía: Eduardo Santa Cruz Achurra

Santiago, Chile

2015

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	8
CAPÍTULO I LA RISA ESCONDIDA DE CHILE: BREVE REVISIÓN A LA SÁTIRA POLÍTICA NACIONAL.....	12
1.1 Sobre lo cómico.....	12
1.2 La sátira política: un humor opinante y su valor documental.....	17
1.3 Génesis de la insolencia.....	22
1.4 Algunos hitos de la sátira chilena	37
1.4.1 <i>El Charivari</i> y <i>La Linterna del Diablo</i> : la doble pesadilla de Vicuña Mackenna	37
1.4.2 Cobos y Padilla: los padrecitos de Juan Rafael Allende	43
1.4.3 Topaze: “El barómetro de la política chilena” o la risa desde lo culto	51
CAPÍTULO II EL MOMENTO PRECISO PARA LA DESFACHATEZ.....	55
2.1 Chile en una clínica: El circo de la soberanía	55
2.2 La ola que lanzó al <i>The Clinic</i>	66
2.3 “¡A acicalarse, chiquillas!: una fotografía del escándalo	70
2.4 Del 2 al 8: un caos creativo y el dedo de la discordia	79
CAPÍTULO III NO SOLO DE POLÍTICA VIVE EL HOMBRE: INSTALANDO UN COLLAGE PERIODÍSTICO	92
3.1 A idear un cuento nuevo: se arma el club de irrespetuosos	92
3.2 En la búsqueda de la consistencia.....	101
3.2.1 “Vamos ordenándonos”: Lo híbrido como formato	102
3.2.2 ¿De qué hablar?: Entre el hombre que muerde al perro y el perro que muerde al hombre	107
3.2.3 “¿Con esa boquita come?”: La desfachatez como sello y “ <i>la pérdida del eje</i> ”	140
3.3 Competencia en el camino: <i>Ají Verde</i> y la estrecha jaula de la derecha	148
CAPÍTULO IV ENTRE EL IDEARIO Y LAS LUCAS.....	160
4.1 La gratuidad: el pase vital hacia el mercado	160
4.2 La hora de la verdad: a competir	164

4.2.1 La bicicleta: haciendo malabares con los números	166
4.2.2 La publicidad: un cuento aparte.....	173
4.3 La marca: el motor de un pulpo comercial	183
4.3.1 The Clinic Online	183
4.3.2 Librería <i>The Clinic</i> (online).....	188
4.3.3 Bar <i>The Clinic</i> :	189
4.3.4 Bazar The Clinic	194
4.3.5 De todo un poco	195
4.4 Firme junto a...¿quién?	196
CAPÍTULO V <i>The Clinic</i> en el tiempo: Un fragmento de la historia de Chile a través de sus portadas	205
5.1 Los títeres más descabezados	211
5.1.1 Augusto Pinochet	211
5.1.2 Sebastián Piñera	221
5.1.3 Pablo Longueira	226
5.1.4 Michelle Bachelet:	231
5.1.5 Joaquín Lavín	235
5.1.6 Evelyn Matthei	239
5.2 Grandes temas, momentos y discusiones nacionales	241
5.2.1 Elecciones presidenciales.....	241
5.2.2 Conflicto Educacional	242
5.2.3 Conflicto Estado Chileno - Pueblo Mapuche	243
5.2.4 Transantiago	244
5.2.5 Aborto	244
5.2.6 Catástrofes	245
5.2.7 Mar para Bolivia.....	246
CONCLUSIONES.....	247

INTRODUCCIÓN

¿Cuántas cosas son tan placenteras como la risa? Reímos por alegría, por desconcierto y por burla, reímos por un sinfín de razones y el punto común es que de alguna manera nos reporta un efecto liberador.

La risa y el humor pueden ser rastreados desde la antigüedad en las más variadas culturas, encontrándose en espacios tan diversos como el medioevo y la literatura cervantina, o expresiones tan lejanas –y quizá sorprendentes- como los *grafittis* pompeyanos de hace más de dos mil años. El humor nos saca de la formalidad, nos desordena y nos ayuda a lidiar con las imperfecciones de nuestra condición humana. Permite remecer las conciencias y a la vez, aliviar el peso de los vicios que tenemos como sociedad, diciendo por nosotros lo que por diversas razones no podemos o no nos sentimos capacitados para decir, burlando la censura de ciertas verdades necesarias, haciéndolas ver como si hubiesen sido una broma. Y tal vez es por esto una de las herramientas ideales a la hora de lidiar con el descontento frente al poder y bajar del Olimpo a sus protagonistas a través de la sátira política y social.

Es por esto que cuando la labor periodística se mezcla con la sátira, se transforma no solo en una expresión de enorme riqueza, sino que en una herramienta vital para dar cuenta de fracciones de la realidad que de otro modo,

podrían ser omitidas. La ligazón indisoluble que tiene la prensa con las problemáticas de la época en la que está inserto, al ser abordadas por medio del humor, puede ser capaz de relatar espacios de transformación y conflicto.

Es por ello que la revista *The Clinic*, habiendo sido creada a partir de un hecho político clave del Chile post-dictadura, la detención del hasta entonces impune Augusto Pinochet, y habiendo sido el único referente satírico estable desde esa fecha, tiene un rol fundamental a la hora de entender el panorama político-social contemporáneo y la historia que lo precede, así como para exhibir los resabios que dejó en nuestra idiosincrasia uno de sus periodos más oscuros.

Esta posición temporal estratégica y su vigencia tras 16 años de existencia, llevan a preguntarse sobre los factores que han condicionado la existencia de la revista y le han permitido sobrevivir en la arena comunicacional, pese a sus complejos inicios, así como dimensionar su rol concreto a nivel social.

¿Fue una idea revolucionaria o simplemente el contexto político de la época? ¿Por qué ha sido la única publicación satírico-política estable en estos 16 años? ¿Podría haber aparecido y sobrevivido un medio como este en alguno de los países vecinos -que también han tenido lamentables historias de dictadura-o es el resultado de algo arraigado en nuestra sociedad? Estas y otras interrogantes intentarán dilucidarse a través de la indagación en diversas aristas asociadas a la existencia del medio.

Se considera necesario abordar las más variadas facetas, desde aspectos históricos del género, el contexto y los móviles fundacionales de la revista, pasando por su evolución comercial, y, por sobre todo, la revisión de los contenidos que expresan sus rasgos más distintivos, desde sus inicios hasta el día de hoy, en busca de claves que expliquen este fenómeno, con especial relevancia a las ediciones que aborden momentos de particular importancia en la contingencia nacional. Entrevistas a algunos personajes clave en su historia serán fundamentales también a la hora de enlazar ideas en torno a la información recabada.

Es importante acotar que las principales observaciones en términos de contenido, están referidas al material correspondiente a la etapa fundacional del *The Clinic*, que para efectos de esta investigación corresponden a los números del 1 al 40, entre las fechas 23 de noviembre de 1998 y 29 de diciembre del año 2000. Este periodo está altamente marcado por la figura de Augusto Pinochet, su detención en Inglaterra y a la constante presencia y discusión de la temática de la dictadura en la sociedad chilena de aquel tiempo. Sin embargo, también se realizan observaciones en diversos números posteriores, principalmente para determinar temáticas importantes, principalmente en las portadas y mostrar la evolución de las mismas. La razón que explica el énfasis en los primeros números es la necesidad de establecer la tónica instalada en dicha etapa, mediante contenidos cuyo tenor son claves en la imagen y la continuidad

de la revista; en cualquier caso, se da por sentado que durante estos casi 16 años el periódico ha tenido cambios como todo medio en tal cantidad de tiempo.

Finalmente es importante acotar también que a la publicación se le llamará de diversas formas, tanto para efectos de amplitud lingüística como por lo apropiado del término según la etapa respectiva. Así, se le denominará “pasquín” al hablar del periodo comprendido por los primeros ocho números gratuitos, y la elección del término está fundamentada básicamente en la simplicidad de la publicación satírica, sin estructuras, gratuita y sin equipo editorial estable, así como por el uso que los propios socios hacen de este vocablo para hablar de los comienzos del medio. Se ocupará también el término “revista” para hablar del periodo iniciado con la novena edición en adelante, y también en aquellos casos donde se hable de la publicación a nivel más general, en cuyo caso también será alternado con el término “semanario”, que es, de hecho, el estatus que tiene hoy *The Clinic*.

CAPÍTULO I

LA RISA ESCONDIDA DE CHILE: BREVE REVISIÓN A LA SÁTIRA POLÍTICA NACIONAL

1.1 Sobre lo cómico

Uno de los fenómenos más interesantes y por qué no, placenteros, relativo a las expresiones humanas, es el humor y lo que este genera en las personas. ¿Qué es considerado humorístico? ¿Qué ideas son capaces de gatillar la risa? ¿Puede la risa pasar de la mera diversión efímera, a ser semilla de reflexión o inclusive, de acción y motor de cambio en los imaginarios colectivos?

Primero hay que esbozar los límites de lo cómico. Se sabe que ciertas situaciones son objeto de risa, pero quizás no es tan fácil establecer las características que reúnen los blancos de la misma. ¿Mirar un mueble o una casa puede tentar a la risa? Sí, quizás porque algo ocurrió en aquella casa, o porque ese mueble llegó al lugar en medio de una situación anecdótica, o quién sabe por qué idea jocosa vinculada al objeto. Sea como fuere, si se diera el caso de que uno de estos elementos gatillara la risa, es muy probable que se trate de una vinculación mental con situaciones relacionadas a actos humanos y donde es esta conexión la que motiva la risa y no la imagen de la casa o el

mueble en sí mismos, que por sí solos, no tendrían por qué ser divertidos. La clave está en las referencias.

*“Fuera de lo que es propiamente humano, no hay nada cómico. Un paisaje podrá ser bello, sublime, insignificante o feo, pero nunca ridículo”*¹, asegura Bergson, y según este, la risa sería producida por el ejercicio mental respecto a situaciones que envuelven al humano y sus actitudes, rememorando así expresiones o características que no corresponden al objeto inanimado, animal o situación en cuestión, sino que solo se manifestarían o se evocarían a través de este. Sin embargo, es poco probable que quien ríe haga tal análisis, por lo que posiblemente creará que efectivamente se ha reído de una planta deforme, de un paisaje de apariencia absurda o de un hipopótamo, a sus ojos, feo.

Contando con la idea del humano –sus características y actos- como causa última del ejercicio humorístico, cabe preguntarse ¿qué actitudes humanas caen en la esfera de la comicidad? Cuando, de hecho, al reírse de una persona –y no a través de una evocación mediante otra cosa, como el ejemplo de la planta- comúnmente se da que el sujeto ha tenido un traspié que le hace salir de lo natural –por ejemplo, una caída-, o posee características que no concebimos como el estándar –como un defecto físico-. Como diría Bergson, estas situaciones ponen a los individuos al margen de la flexibilidad y la

¹ Bergson, Henri. *La risa*. Editorial Sarpe. Madrid, 1985, p. 12.

naturalidad humanas². Siguiendo esta idea, al tropezar, o cuando se ha escapado un “gallito” al hablar, la cadena de gestos y actitudes desencadenadas a partir de dicho incidente físico, harían vernos siendo una parodia de nosotros mismos, intentando volver al status previo, y regresar así a lo que supuestamente debemos ser.

En este sentido, es necesario no perder de vista que este “deber ser” o expectativas de comportamiento serán determinadas por cada lugar social. De ahí que no todas las cosas parezcan igualmente graciosas para todas las sociedades, los grupos, incluso para las familias. Cuando nos salimos de lo esperable, este “error” o “torpeza” es penado con la risa, generando en la víctima un esfuerzo por parecer lo que debe ser y así, corregirse. E incluso obliga en el futuro a ser cautos a quienes se ríen, porque saben que podrían ser víctimas, de llegar a caer en similar actitud³.

Sin embargo, existe una dualidad respecto al ejercicio cómico, ya que es conocido que el hombre gusta de reír. A pesar de la presión que genera en su mente el ser víctima de la risa ajena, la sensación generada por el acto de reír causa cierto placer que va más allá de la voluntad, como lo expresó el retórico romano Quintiliano:

“La risa tiene un poder tal que no se puede resistir. Muy a menudo se nos escapa y no es posible retenerla; y no solamente lo delata el rostro y obliga a la voz a manifestar esa impresión, sino que con su violencia sacude y agita todo el

² Íbid., p. 14.

³ Íbid., p.16.

*cuerpo; muchas veces reduce y trastoca la importancia de cualquier asunto, disipando el odio y mitigando la ira*⁴.

No es casual que se premie el trabajo de un buen humorista, quien se da el trabajo de buscar aquellas señas, defectos, actos que salen del supuesto “deber ser” de cada sociedad y que causan gracia, mostrándolos generalmente mediante arquetipos que, al no individualizar el ataque, dan el placer de la carcajada sin hacer sentir la culpa de la ofensa directa y personal. Es interesante, además, que para gozar del placer de reír se haga necesario olvidar por un segundo el afecto y la compasión, ya que estos son capaces de frenar la burla; la falta de piedad en el otro en el instante cómico, nos deja vulnerables a ser blanco de mofa. Vulnerabilidad que es aún mayor cuando la risa recae sobre un nombre y apellido puntuales, ya que ser parte de un grupo ayuda a resistir la carcajada, pero cuando alguien puntual es la víctima única de ella, la vuelve más temible.

*“La risa debe ser algo así como una especie de gesto social. El temor que inspira reprime las excentricidades”*⁵, afirma Bergson, lo que tiene bastante sentido si se considera el común temor a exhibir actitudes que rayen lo considerado raro o provocativo -por la propensión de estas a causar risa-, cayendo en un círculo de auto-prohibición de hacer lo que las personas

⁴ Quintiliano.- *Instituciones VI*, 3. Citado en Joubert, Laurent. *Tratado de la risa*. Asociación Española de Neuropsiquiatría. Madrid, 2002, p. 35.

⁵ Bergson, *Op. Cit.*, p. 17.

suponen- o se obligan a suponer- les acarrearía reprobación o, al menos, la burla pública.

Otro aspecto muy interesante respecto a lo cómico, es que no solo abarca lo evidentemente torpe o burdo, sino que también suele castigar la excesiva preocupación por la perfección. Suele haber un dejo de ridiculez en la rigidez de ciertos actos pauteados, muy pensados para ostentar superioridad en algún grado. Nada menos natural que intentar parecerlo:

“Nadie ignora cuánto se prestan al humor cómico todos los actos sociales de una forma definida, desde una simple distribución de premios hasta una sesión de tribunal. Cuantas más sean las formas y las fórmulas, otros tantos marcos tendremos ya hechos para encajar allí lo cómico”⁶.

En resumen parece ser que lo cómico equivale a lo humano, y en particular a cuanto lo expone en sus salidas de lo natural, lo convencional y esperable, y quizás, normal; del mismo modo, el hombre se muestra cómico en su aspiración o quizás “desesperación” por la perfección: la pompa, el protocolo, la etiqueta, lo políticamente correcto. Quizás ahí, en los intentos más trabajados de ocultarlo, es donde reside lo más imperfecto y ridículo nosotros mismos.

⁶ Ibíd. 24.

1.2 La sátira política: un humor opinante y su valor documental

¿Por qué razón los personajes pertenecientes a las esferas del poder parecen ser un imán vivo que atrae las creaciones humorísticas? Resulta innegable que hay un disfrute especial en reírse de quienes gobiernan, sobre todo de aquellos que, por su posición en el engranaje social, se esmeran en parecer cultores de la rectitud y sensatez. Acaso justamente por la conocida tendencia a no ser tan rectos como pregonan, es que se saborea cuando el chiste cae sobre ellos, siendo la sátira el aliado de quienes miran, muchas veces maniatados, los vicios del poder.

Pero antes de reflexionar sobre esto, es importante establecer qué es la sátira. Como primer recurso se puede acudir a la definición de la Real Academia de la Lengua, que la considera una “*composición poética u otro escrito cuyo objeto es censurar o ridiculizar a alguien o algo*”. En una segunda acepción, lo describe como un “*discurso o dicho agudo, picante y mordaz, dirigido a este mismo fin*”⁷. En tanto, está la noción de Hodgart Matthew acerca de la sátira de corte político, postulándola como “*la caricaturización de un*

⁷ Real Academia Española. Sátira [artículo enmendado]. En Diccionario de la lengua española (avance de la 23.a ed.). Recuperado el 15 de abril de 2015 de: <http://lema.rae.es/drae/?val=sátira>

*personaje público, cuyo objetivo último es lograr rebajarlo a la condición de un simple y común mortal lleno de defectos*⁸.

Entonces, a grandes rasgos, podría decirse que los recursos que utiliza la sátira atentan contra el interés de impresionar y ostentar de quienes se encuentran en las esferas públicas, donde las personalidades tratan de mostrar su mejor cara o incluso, jactarse de una que no tienen. Erasmo de Rotterdam ya en 1511 hace uso de ella en su libro “Elogio a la Locura”, al referirse a los afanes de los grandes oradores:

*“(...) éstos, según ya sabéis, cuando pronuncian un discurso que les ha costado treinta años elaborar. y que más de una vez es incluso aieno. juran que lo han escrito, y aun que lo han dictado, en tres días, como por juego”*⁹.

Las palabras de Matthew son claves a la hora de entender por qué ridiculizar a las autoridades tiene una recepción particularmente positiva en la sociedad. La gracia que genera la sátira actúa como una especie de ungüento que suaviza levemente las frustraciones frente al poder, dándole a la gente un arma de desquite contra las personalidades y la institucionalidad, muchas veces causantes de su descontento. Si bien el ciudadano común y corriente probablemente no sea su autor, sí puede adherirse al discurso implícito de una mordaz sátira escrita o dibujada por alguien más, permitiéndole al individuo

⁸ Hodgart, Matthew, *La Sátira*. Editorial Guadarrama, Madrid, 1969, p. 7.

⁹ De Rotterdam, Erasmo. *Elogio de la Locura*. Traducción y prólogo de A. Rodríguez Bachiller. Editorial Aguilar. Madrid, 1944, p. 43.

hacer llegar su reproche a figuras públicas a las cuales por su lejanía no puede dirigirse directamente y que, probablemente, no saben siquiera que existe.

Existe un aspecto relevante para comprender el poder de la sátira en el ámbito político: sus consecuencias. Linda Hutcheon considera que estas producciones estarían investidas de una “*intención de corregir, que debe centrarse en una evaluación negativa para que se asegure la eficacia de su ataque*”¹⁰. Es este aspecto correctivo el que marca una diferencia clave entre la sátira y la mera parodia, ya que mientras esta última buscaría la mofa, la sátira además perseguiría subsanar -en diverso grado- ciertas actitudes reprobables socialmente, para lo cual se serviría diversos recursos, entre ellos, la propia parodia. No obstante, no hay que caer en cargar la sátira de un sentido pedagógico por sobre el meramente jocoso; la finalidad es la burla en primer lugar, aunque se asume que el motivo de mofa, en una situación ideal no debiese existir. Así, la exposición muchas veces resulta ser un detonante indirecto de la corrección de la actitud o situación aludida.

Es importante tener presente que la sátira no es exclusiva a la política; sin embargo, dadas sus características, resulta un recurso eficaz en las cuestiones de este orden. Así, quizás un simple chiste gráfico o una crítica humorística punzante, cuentan como llamado de atención, o cuando menos, como forma de

¹⁰ Linda Hutcheon, *Ironía, sátira, parodia. Una aproximación pragmática a la ironía*, en *De la ironía a lo grotesco: en algunos textos literarios hispanoamericanos*. Universidad Autónoma Metropolitana, México, 1992, p. 178.

“descomprimir” el disgusto popular, frente a escenarios políticos que generan un descontento complicado de manifestar por otras vías, algo destacado por Ricardo Donoso:

“(…) capta con agudeza las flaquezas y debilidades de los hombres públicos, las exhibe con crudeza o con viva intención crítica y nos deja un testimonio utilísimo como expresión del sentimiento de los contemporáneos”¹¹.

Siendo la sátira una expresión subjetiva de algo considerado “divertido” y que escarmienta el comportamiento de diversos personajes de poder, es capaz de mostrar percepciones e ir revelando realidades y contextos políticos particulares. Es así como la prensa satírica es capaz de dar cuenta de una sociedad y su idiosincrasia, a través de una arista humorística, que por la marcada subjetividad e informalidad de lo cómico, permite, con los correctos resguardos, develar aspectos que quizás la historia tradicional queda corta en mostrar.

Sin embargo, no es tan fácil vincular a la prensa con lo satírico. Se debe lidiar con el “ruido” que genera el factor humorístico frente al viejo estigma objetivista del periodismo. En no pocas ocasiones, el evitar toda subjetividad en aras de la imparcialidad y la verdad, puede llevar a descartar o mirar con recelo aquello que muestre explícita animosidad –algo muy propio del humor-, por ser, en simples palabras “demasiado opinante”, cuando justamente esta perspectiva ofrece piezas fundamentales para hacer lecturas del rompecabezas siempre

¹¹ Donoso, Ricardo, *La sátira política en Chile*. Imprenta Universitaria, Santiago, 1950, p. 8.

incompleto del pasado. ¿Qué era aceptable en aquella época? ¿Qué era mal visto? ¿Cuáles eran los códigos humorísticos? ¿Es capaz, un texto del siglo 18, de hacer reír al lector de hoy? Algunas de estas interrogantes podrían irse resolviendo al escudriñar en las manifestaciones humorísticas, en este caso, las producciones satírico políticas, cuyos datos actúan como fuente documental de gran riqueza. Por ello, la expresa parcialidad y la inclinación ideológica del documento satírico –con su riqueza adjetiva, perceptiva, y su intencionada exageración-, no deberían tomarse a la ligera como simples opiniones: usadas bajo un prudente análisis retrospectivo, puede ser una fuente vital y estratégica de información.

De hecho, uno de los aspectos más atractivos resulta de analizar que, al margen de los hechos puntuales que rodeen al mundo del redactor o dibujante, buena parte de los recursos satíricos son aplicables a escenarios políticos actuales. Esto evidencia la existencia de arquetipos y constantes que permiten tanto reír como entender en cierta medida disputas pasadas como si fueran las que se ven día a día en los medios de hoy. Las figuras y roles se repiten, y esto lo prueba el propio caso del libro *La Granja*, de George Orwell, donde a partir de una fábula satírica, se hace alusión a los defectos del orden soviético y en general a la propensión que se tiene a la corrupción cuando se posee poder.

En resumen, este valor documental debería ser aprovechado particularmente en Chile porque, contrario a lo que se podría creer, existe un

vasto historial producciones satíricas. Pese a su corta historia, el país tiene a su haber una larga lista de publicaciones que, a su modo, arrojan pistas sobre dinámicas sociales y sus personajes centrales, proporcionando datos desde un frente desenfadado de la idiosincrasia; datos quizás obviados por la historia oficial que agreguen matices a cuestiones clave y generen con ello, nuevas interpretaciones sobre lo que ha sido y es la sociedad chilena.

1.3 Génesis de la insolencia

Hasta hace algunos años Chile era considerado un país serio y conservador, y en el contexto sudamericano persiste esa fama frente a sus vecinos: no es casualidad que el año 2012, un sondeo realizado en Argentina, Colombia, Perú y Brasil, arrojó que el 78% de los encuestados consideraba la seriedad como uno de los rasgos característicos de los chilenos¹². Quizás la popularidad de frases como “*la risa abunda en la boca de los tontos*” podría servir como una pequeña pista de los conceptos que han rondado por mucho tiempo en estos lados.

¹² *El Mostrador. Atributos de los chilenos: Respetuosos, serios y cultos*. Publicado 12/05/2012. Disponible en <http://www.elmostrador.cl/noticias/pais/2012/05/12/atributos-de-los-chilenos-respetuosos-serios-y-cultos/>. Accedido el 15/3/2015.

Pero por estos días Chile puede jactarse de cultivar un humor cada vez más mordaz y menos inocente. Los ejemplos citables son bastantes: el éxito del estilo humorístico de propuestas como *El Club de la Comedia* o del comediante cultor del humor negro, Edo Caroe; la instalación de los noventeros sketches de Plan Z como objetos de culto en la red –que escandalizaron a muchos en su época de origen, viralizados más tarde en la era *youtube*-; la proliferación de sitios web cuyo estilo de escritura irónico tiene gran nivel de difusión en redes sociales como *No es na' la Feria* o *La Legal*, o la masividad que ha alcanzado el fenómeno de los *memes*¹³ en el público juvenil de internet.

Sin ir más allá, la capacidad de reírnos de nosotros mismos llega al punto de haberse vuelto clave de herramientas publicitarias, mediante propuestas audiovisuales de corte comercial como los videos de Woki Toki, que en muchas de sus creaciones toma características de la idiosincrasia chilena para hacer videos humorísticos viralizables que finalmente hacen de puente con una marca relativa al tema en cuestión. Cómo no agregar a este fenómeno la gran popularidad que ha adquirido el heterodoxo trabajo del autodenominado antipoeta Nicanor Parra. Su poesía y diversas expresiones artísticas no solo se salen de las estructuras convencionales, sino que utilizan un humor lleno de

¹³ Al referirse a un fenómeno iconográfico relativamente nuevo, tiene una definición aún en construcción. Los memes serían unidades culturales –conjunciones de imagen y texto-, generalmente humorísticas, que sufren una replicación por medio de las redes sociales o de otros medios virtuales “en la medida en que llevan a un referente o conducen a que se comparta un significado concreto”. Los memes pueden estar referidos a una amplia gama de tópicos, desde personajes públicos como artistas o políticos, referencias a escritores o pensadores, caricaturas, estereotipos, y a veces, la mezcla de todos ellos, pudiendo tener diversos afanes, algunos más constructivos y otros meramente burlescos.

guiños irónicos, paródicos y hasta cínicos, creando nuevas maneras de hacer, de pensar¹⁴, opuestas a la tradición conservadora atribuida por tanto tiempo a la idiosincrasia nacional.

Sin embargo, por mucho tiempo la sociedad chilena se desarrolló bajo una política y estética de la seriedad que con diverso éxito, logró mantener a raya la expresividad de las personas en los más diversos ámbitos, volviéndolas cautelosas en los actos tanto de la vida pública como la privada. Si se hace una revisión muy superficial, podría tomarse el estricto tenor de la era portaliana como un razonable antecedente: no es necesario saber mucho de historia para tener noción sobre el fuerte interés de la reglamentación moral de las autoridades de la época y los esfuerzos puestos en ello.

Y es que buena parte del siglo 19 se intentó instalar lo que el historiador Maximiliano Salinas denomina como “*mitología de la seriedad*”, algo que se extendió incluso hasta el siglo 20 y cuyos resabios son visibles en nuestros días. Esta mitología proponía a la sociedad chilena como un ejemplo de lo que la probidad y decencia exigían: las buenas maneras, la medida en la expresividad y lo políticamente correcto como sello de “lo chileno”. O al menos, el sello de aquellos ciudadanos que se encontraban en lo más alto de la esfera social, la aristocracia, grupo que para efectos prácticos, era llamado a encarnar el –pretendido- garbo de la sociedad chilena frente a una inspiradora Europa

¹⁴ Schopf, Federico. *Las Huellas del Antipoema*. Revista Iberoamericana, 1994, p. 773.

que parecía difícil alcanzar. Es más, parece ser que por esos días se gesta la idea de ser “*los ingleses de Sudamérica*”, algo que si bien puede sonar risible al día de hoy, es una frase que muchos pueden afirmar haber oído alguna vez.

En este sentido, resultan ilustrativas las palabras de Salinas sobre las aspiraciones del sector dirigente del siglo diecinueve:

“(...) leían a Darwin y a Spencer; sentían y practicaban con entusiasmo ciego el liberalismo económico de Adam Smith y procuraban, además, imitar cuidadosamente las costumbres del ‘gentleman’... Para el ‘hombre superior’, era de mal gusto una risa franca y desenvuelta. Solo se debía llegar a la sonrisa y ésta muy dosificada según las circunstancias”¹⁵.

En tal escenario, la racionalidad era un autoasignado patrimonio exclusivo de la elite; en tanto, manifestaciones festivas como bailes, celebraciones, muestras de afecto, y por sobre todo, la picardía, eran atribuidos a las inclinaciones pasionales que solo podían poseer indígenas y mestizos, en cuyo mundo podía “*abundar sin cortapisas la risa*”¹⁶. De hecho, esta dura visión de la clase alta respecto al pueblo y sus intereses –que se desentendían de las buenas maneras-, queda de manifiesto en testimonios de la época, como las palabras del escritor Benjamín Vicuña Subercaseaux en 1914, para quien las prácticas de las clases populares serían la prueba del parecido de su

¹⁵ Salinas, Maximiliano *et al.* *El que ríe último...Caricaturas y poesías en la prensa humorística chilena del siglo XIX*, Editorial Universitaria, Santiago, 2001, p.30.

¹⁶ *Ibíd.*, p.38.

mentalidad instintiva con la de los animales, asegurando que sus tendencias “no serían otras que las naturales y primitivas”¹⁷.

Es posible que dentro de estas inclinaciones, entre las que más les escandalizara hayan estado los versos y cánticos populares del mundo campesino. De marcado corte bufonesco, dejaban el pudor de lado para hablar tanto de amoríos, hacer guiño a los placeres mundanos, a la corporalidad o, como en este caso, para parodiar la vida fácil del cura con total desenfado:

*“El cura no sabe arar
Ni sabe enyugar un buey
Pero por su propia ley
Él cosecha sin sembrar*

*Él para salir a andar
poquito o nada se apura
Tiene su renta segura
sentadito descansando
sin andarse molestando
nadie gana más que el cura”¹⁸.*

Si estos versos recogidos a mediados de siglo XIX por Francisco Bilbao – político, escritor y férreo enemigo del clero-, debieron sacar ronchas, aún más punzante debió resultar la manipulación de rezos eclesiásticos:

*“Domine, ad adjuvandum me festina.
Estoy apretándome las pretinas.
Dominus vobisco.
En tu boca me largo un prisco*

¹⁷ Ibíd.

¹⁸ Bilbao, Francisco. Sociabilidad Chilena. 1844, p. 68. Disponible en http://www.franciscobilbao.cl/1909/articles-81870_pdf.pdf Accedido el 20/03/2015

*Dominus vobisco.
En el poto te doy un pellizco*¹⁹.

En opinión del escritor y folclorista Ramón Laval, composiciones como la citada no serían otra cosa que disparates creados por individuos que sin instrucción alguna ni *“el menor respeto por la religión o sus ministros”*²⁰, habrían deformado las liturgias para parodiar a la misa haciendo gala de sonsonetes que se valen de la mezcla del castellano o chileno con el latín original. Lo anterior no hace más que dejar en evidencia la transversalidad de ciertos códigos humorísticos que no miran clases ni tampoco formación académica.

En cualquier caso, no se debe caricaturizar la personalidad de las clases bajas, pretendiendo que carecían de toda seriedad; lo importante es exhibir que sus manifestaciones sientan precedente de que en Chile se ha cultivado una picardía especial desde mucho antes de lo que se podría creer. Con todo, y pese a que el chiste y la risa se gestaban con mayor naturalidad dentro del campesinado, *“sin las objeciones y gazmoñerías de la cultura pretendidamente dominante”*²¹, la burguesía no se salvó de tener a varios de sus integrantes, envueltos en el indecoroso cultivo de la irreverencia y la burla. Aunque a su modo, claro. De hecho, los primeros panfletos de corte satírico no surgieron precisamente en las chinganas, sino que en el círculo de letrados y bien

¹⁹ Laval, Ramón. *Del Latín en el Folklore Chileno*. Imprenta Cervantes, 1927, p. 14-15.

²⁰ *Ibíd.*

²¹ Salinas *et al.* *El que ríe último...Op. Cit.*, p. 44.

portados. Las rencillas políticas por el control de la nueva nación, fueron el motor de ataque -o promoción- de figuras o bloques políticos antagónicos a partir de diversas publicaciones que utilizaban recursos literarios o gráficos de corte satírico, en gran número de ocasiones, de manera anónima.

Tal es el caso de la caricatura más antigua de la que se tenga registro en Chile –según se cree, circuló también en Argentina y posiblemente, en Perú– cuya data aproximada está entre los años 1819 y 1820 (fig.1). En ella O’Higgins es retratado como un asno siendo montado por José de San Martín, quien dirigía ovejas –representación del pueblo de Chile–, llevando en una de sus manos una botella de aguardiente y en su bolsillo, un libro que reza: “*Acuerdos de la Logia*” –referido a la *Logia Lautarina*-. Tras el asno, se ve arrodillado al Ministro de Relaciones Exteriores de las Provincias Unidas del Río de la Plata, Gregorio Tagle, recibiendo el oro de Chile, el que traspasa a Pueyrredon, Director Supremo de Estado.



Fig.1 San Martín y O’Higgins dirigiendo al pueblo de Chile

La autoría de la caricatura es incierta, y aunque se le ha atribuido al entorno de la Familia Carrera, también se ha barajado la posibilidad de su surgimiento en el entorno del ex jefe de estado argentino Carlos María de Alvear, o círculos realistas de ambos países²². Sea cual fuere el caso, algo que resulta interesante en este ejemplo, es la forma en que el elemento gráfico, habiendo hiperbolizado a las figuras intencionalmente, permite hacer una lectura rápida de la idea general: Chile va por un mal camino gracias a los personajes parodiados, en particular por la manipulación que sufriría el asno O'Higgins por parte de su amo, San Martín. En otras palabras: el director supremo es un burro²³. De manera paralela, la forma de retratar a las víctimas de la humorada, baja la moral de los sujetos en cuestión mediante la ridiculización de rasgos o actitudes que posiblemente el público al que fue dirigido el dibujo, supo reconocer. Es más, no debiera requerir de mucho conocimiento contextual para presumir algunas cuestiones básicas sobre lo que la caricatura intenta decir, y quizás esto se relaciona con el poder particular de las imágenes, que muchas veces tienen mayor efectividad en "*hacer más comprensible algo, transmitir un sentimiento, expresar una idea con más fuerza que un discurso*"²⁴.

Lo anterior tiene especial relevancia, ya que aunque no se debe olvidar que estos primeros impresos se dirigían a una masa letrada, la caricatura tiene un

²² La Castaña N° 7, primavera 1987. José Miguel Carrera, *¿mártir de los caricaturistas?* Firmado por Jorge Montealegre.

²³ *Ibíd.*

²⁴ Antezana, Lorena. *La caricatura de prensa chilena*, en *Documentos de Trabajo*, N° 3. Centro de Estudios de la Comunicación, Universidad de Chile, 2006.

potencial de difusión mayor al apelar a un código mucho más transversal, algo que resultó vital una vez que los temas satirizados se fueron diversificando para adquirir un tono más social. De tal modo, las complejidades que podría presentar la sátira expresada en un texto, pueden desaparecer al volcarse esta misma en una imagen, cuya fuerza simbólica transmite ideas clave, pudiendo saltarse ciertas barreras dadas por el nivel de instrucción del público.

Retomando la génesis de la producción satírico-política en Chile, gran parte de las primeras publicaciones de este orden siguen la línea de la caricatura anti-o'higiniana antes mencionada, aunque con preponderancia del uso de versos como vehículo de encarnizadas discusiones partidistas de las que pocas autoridades o bloques políticos se salvaron. Entre los primeros exponentes se encuentran *El Verdadero Liberal*, aparecido en 1827 y redactado por el francés Pedro Chapuis, que afín al sector más conservador de la sociedad, se oponía y ridiculizaba las ideas de federalistas y liberales, a quienes despectivamente los pelucones llamaban “pipiolos”, algo que justamente estos confirman en la portada de su periódico *El Pipiolo* (*), que mediante el intencionado asterisco en su nombre se esmera en advertir, al pie que se trata de un “*nombre arbitrario con que los aristócratas han querido apellidar a los liberales que con un carácter firme sostienen las ideas republicanas*”²⁵.

²⁵ El Pipiolo, N°1. Santiago de Chile, Imprenta de la Independencia, 1827, p. 1.

Una vez iniciada la época autoritaria, especial relevancia tienen dos periódicos que protagonizaron una ferviente lucha, bombardeando sin pausa a su contrario, tanto en lo referente a lo político, como llegando a las ofensas de corte más personal. El primero de estos fue *El Canalla*, que reconocía orgullosamente en su portada: “*se da a luz por seis plebeyos de la marca nueva*”, calificándose a sí mismos como un “*periódico político, literario y mercantil*”²⁶. Su ingenio y picardía estaba puestos al servicio del atacar a estanqueros, pelucones, y o’higginistas, y con el tiempo hizo de Portales el blanco principal de sus mordaces publicaciones:

*“¿Sois ladrón Hambriento? Sí.
¿Amas a la patria? No.
¿Saqueaste la hacienda? Di.
¿Callas? Pues hablaré yo,
y entonces, pobre de ti”*²⁷.

En la trinchera contraria, *El Hambriento* rezaba: “*papel público sin periodo, sin literatura, impolítico, pero provechoso y chusco*”²⁸, frase que ridiculizaba el *slogan* que ostentaban los gestores de *El Canalla*, además de mostrar su irreverencia con lo que llaman un “*aviso primordial*” que advierte que “*este escrito se publicará en algún día de cualquier semana (...) No se llega a casa de ningún suscriptor, el que quiera leerlo, que lo busque*”²⁹. Adhiriendo políticamente a estanqueros, prestaban apoyo a la posterior gestión portaliana,

²⁶ El Canalla. N° 4, 20 de febrero de 1828, p. 1.

²⁷ *Ibíd.*

²⁸ El Hambriento. N°1. 20 de diciembre de 1827, p.1.

²⁹ *Ibíd.*

además de defender figuras afines a su postura como Mariano Egaña y José Joaquín Prieto, lo que le valía ser opositor irrestricto de pipiolos y federalistas.

Estos versos, publicados en el año 1834 en el periódico en otro periódico, *El Sotacura*, redactado por Manuel Magallanes, dan muestras de la tónica, y por cierto, del “cariño” inspirado por la figura de Portales y sus aliados:

*“¿Quién ha sumergido en males
a la familia chilena,
y con la fortuna ajena
se ha hecho de grandes caudales?
Portales*

*¿Quién amasa la tortilla
con Fernando en el despacho
y va al Senado borracho
a tratar con la pandilla?
Gandarilla³⁰.*

Cabe destacar que buena parte de las publicaciones surgidas en la época veían la luz con fines específicos –algunos con un sentido más crítico, otros más difamatorios-, lo que podía extenderlas por el tiempo que tomase lograr el objetivo o de acuerdo a la contingencia. En este sentido, una de las prácticas comunes era la de lanzar panfletos en respuesta a ataques previos, para lo cual se “reclutaban” personajes que bajo seudónimos, daban vida a escritos o caricaturas que usualmente imitaban los recursos de ridiculización de la

³⁰ Donoso, Ricardo, *La Sátira Política en Chile*, Imprenta Universitaria, Santiago de Chile, 1950, p. 24.

contraparte, que es justamente el caso que se dio en los periódicos mencionados *El Hambriento* y *El Canalla*.

Varios años más tarde, aparecieron nuevos actores en el área, destacando *La Linterna del Diablo* y *El Charivari*, que con sus textos y, especialmente con sus caricaturas, lograron que Benjamín Vicuña Mackenna los enviara a juicios de imprenta por las supuestas injurias proferidas en su contra.

Uno de los aspectos que resulta importante destacar, es que conforme avanza el siglo 19, la tónica que a inicios de siglo apuntaba más hacia el mundo político –de manera importante de parte de sus propios protagonistas-, sufrió un progresivo vuelco. El paso del tiempo, el desarrollo de la imprenta, el ingreso de ideas ilustradas y la evolución del panorama político, ampliaron el espectro al que arremetían las creaciones satíricas y también su tono; la entrada de plumas nuevas al juego que desarrollaron críticas sustentadas en preocupaciones más sociales y humoradas que ya no tan enfocadas en las discusiones políticas, llegándole el turno a la Iglesia Católica, concebida a sí misma como intocable – actitud que hasta cierto punto mantiene hoy en día- o los pujantes burgueses, sectores que de todas formas, estaban directamente vinculados a la clase política y la elite dirigente.

Merece detención el caso eclesiástico. No hay que olvidar que la iglesia tuvo desde su llegada una conexión innegable con la clase alta, además de echar raíces en la sociedad en general; vínculo que arraigó una fuerte moralidad

cristiana y un respecto por la autoridad eclesiástica durante la colonia. En medio de la llegada de las premisas ilustradas, este fiato comenzó a tambalear, siendo progresivamente cuestionado dentro de los círculos letrados pertenecientes a una elite intelectual de clase alta que hasta poco tiempo atrás, se podría decir, pertenecía a su propia trinchera.

Viviendo momentos ya complejos por lo anterior, estos panfletos burlones solo acentuaban la crisis para el clero y no debieron causar mucha gracia a las máximas autoridades eclesiásticas, algo apreciable en las palabras del Vicario Capitular Joaquín Larraín Gandarillas en su Boletín Eclesiástico en 1886:

“(...) las malas lecturas en el siglo que vivimos ofrecen peligros a todas las edades, sexos, condiciones y estados, a todos los que saben leer. Pero mayores son los estragos que produce la lectura de los periódicos irreligiosos e inmorales. En ellos se halla reunido todo lo que contienen los malos libros contra la religión y las buenas costumbres: se ataca el dogma, el culto, el sacerdocio, las instituciones católicas y las prácticas de la piedad cristiana”³¹.

En resumidas cuentas, siendo cada vez más amplio este espectro satírico, ya para fines del siglo 19 toda la alta esfera social se encontraba en el ojo del huracán, sufriendo la embestida de *“un enemigo tan temible como ubicuo para esa misma elite: la risa”³²*. En este sentido, merece especial atención la labor del poeta y periodista Juan Rafael Allende, quien destaca por haber sido el más

³¹ Boletín Eclesiástico, tomo IX, *El Estandarte Católico*, 13 de octubre de 1886, en Donoso, Ricardo. *Sátira Política en Chile*. Universitaria, 1950, p. 92.

³² Cornejo Cancino, Tomás. *La injuria en imágenes: el vilipendiado honor de los hombres públicos chilenos en la prensa satírica (1860-1900)* en Revista Nuevo Mundo, Mundos Nuevos. Publicado el 15 de septiembre de 2006. Disponible en: <https://nuevomundo.revues.org/2815?lang=en#ftn47> Acceso el 15/07/2014

prolífico escritor satírico en la historia chilena, dando vida a al menos una decena de publicaciones cuya irónica y festiva escritura dejaban pocos títeres con cabeza. Entre ellas sobresalen *El Ferrocarrilito*, *El Padre Cobos*, *El Padre Padilla* y el *Poncio Pilatos*, siendo estos dos últimos de marcado tono anticlerical y cercanía con el mundo popular.

Cabe mencionar que, aunque las últimas décadas del siglo 19 estuvieron marcadas por las numerosas publicaciones de Allende, llegado el siglo 20 se seguiría desarrollando el género con nuevas publicaciones como *Zig-Zag* (1905) –que si bien fue una revista miscelánea, trabajó por décadas la caricatura humorística, principalmente de la mano de Pedro Subercaseux-, *Sin-Sal* (1907) de Armando Hinojosa, y posteriormente, *Topaze* (1929), de Jorge Coke Délano, que con ironía y por cuatro décadas puso en el tapete las debilidades de las personalidades políticas de la época y los absurdos de la contingencia nacional.

Esta notable continuidad arrastrada por numerosas décadas es cortada con el Golpe de Estado de 1973, que crea un vórtice temporal en materia de publicaciones satíricas. No obstante, esto no impidió que algunos periódicos y revistas de oposición a la dictadura, como el *Fortín Mapocho*, *Análisis*, *Hoy* o *APSI*, se la jugaran por dar espacio en sus páginas para intervenciones de humor político en medio del temor de la época y afrontando ridículas normativas como el “Bando 19”, que en 1984 prohibió a varios medios opositores la

publicación de imágenes (fig. 2), propiciando ingeniar estrategias para burlarlo; tal es el caso del *Fortín Mapocho*, que en su clásica viñeta editorial, llamada *La Margarita*, publicó un juego en donde el lector era el encargado unir los puntos dados para dibujar una vaca, que más algunas letras, formaban un jeroglífico que originaba la frase “y va a caer”(fig. 3)³³.

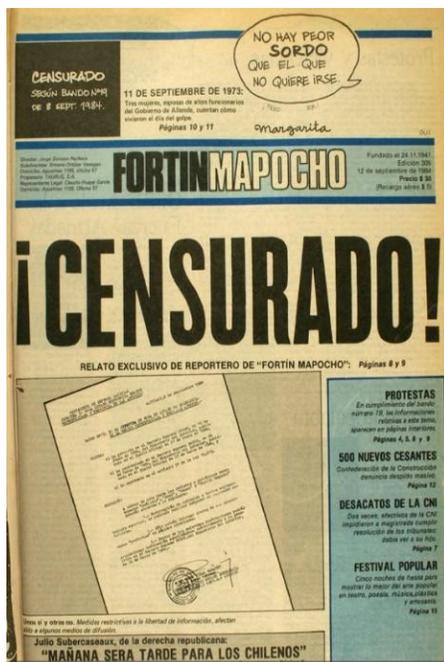


Fig. 2 Portada posterior a la emisión del Bando 19



Fig. 3 Y va a caer

³³ Montealegre, Jorge. *Cenizas de la memoria: testimonio sobre censuras, autocensuras y desobediencia en Anales de la Universidad de Chile N°6*, junio de 2014- Serie 7, p. 207.

1.4 Algunos hitos de la sátira chilena

Desde aquella primera anónima caricatura contra O'Higgins, Chile ha visto pasar numerosos exponentes que han dejado al descubierto las enormes y cíclicas debilidades del poder y por qué no, los vicios de la sociedad misma. Por eso que se hace necesario mencionar los casos más notables, algunos de los cuáles tuvieron especial relevancia a la hora de ir incluyendo, poco a poco, temas más transversales a la sociedad, ya no solo ocupándose de las altas esferas, sino que dando espacio a intereses o manifestaciones populares, desplazando así progresivamente barreras de lo que convencionalmente se había establecido como temas de interés público.

1.4.1 *El Charivari* y *La Linterna del Diablo*: la doble pesadilla de Vicuña Mackenna

El Charivari y *La Linterna del Diablo* nacen al alero del gobierno de José Joaquín Pérez, quien se destacó por la tolerancia cultivada en su administración, en la cual –escribe Julio Heise – “se consolidó el espíritu de independencia política de las distintas corrientes de oposición y se permitió el más amplio ejercicio de la libertad de prensa”³⁴. Estas dos publicaciones se

³⁴Heise, Julio. *Historia de Chile, Periodo Parlamentario 1861-1925*. Editorial Andrés Bello, 1982. p. 340.

destacan por ser las primeras en utilizar de manera constante las caricaturas en sus páginas, así como por ganarse el desprecio de diversos personajes públicos, en particular de Benjamín Vicuña Mackenna.

*“Hoy se presenta a las miradas del público el más raquítico e infeliz de los periódicos de la capital”*³⁵. Con estas palabras se presenta en su primer número *El Charivari*, cuyo nombre fue tomado de un exitoso periódico satírico parisino surgido en 1831, *Le Charivari*, vocablo francés que designa la algarabía producida por sonidos discordantes como sartenes, ollas, gritos y silbidos. El periódico, que circulara entre los años 1867 y 1879, fue cultor de un humor agudo, reflejado en sus burlescos poemas y logradas ilustraciones, a las que dedicaba 2 de sus 4 páginas. Haciéndole enorme honor a su nombre, Vicente Grez, su editor general, junto a Fanor Velasco y Luis Rodríguez Velasco – dentro de los personajes que se pudo identificar-, dispararon contra personalidades como Antonio Varas, Federico Errázuriz, Joaquín Larraín Gandarillas, la familia Blest (fig. 4), entre otros.

Paralelamente, *La Linterna del Diablo*, donde Fanor Velasco se repetía, aparece presentando con la mayor honestidad sus intenciones:

“La política, ese vasto campo arado donde todos siembran y donde muchos no hacen más que pisotear el sembrado, no será una de las cuerdas más

³⁵ Grez, Vicente. *La Vida Santiaguina*. Edición de Raúl Silva Castro. Editorial Santiago de Chile, Santiago, 1968, p. 12.

*templadas de La Linterna, que no pretende otra cosa que vivir alegremente, agradando o fastidiando (es lo mismo) a todos los prójimos en general*³⁶.

El periódico no solo no tiene problemas en expresar su misión, sino que además tiene total soltura para mostrar a su equipo editorial dibujado como burros en torno a una mesa (fig. 5), así como llamar a publicar particulares avisos en sus páginas, dejando en claro que no se aceptarán “*si no son ridículos i graciosos*”³⁷, y que de cumplir este requisito, se insertarían sin retribución. De este modo expresa como premisa vital la de nutrirse de todo lo que pueda servir para hacer reír, incluso al coste de publicar gratuitamente.



Fig. 4 “Joaquinito” Blest



Fig. 5 “Autoretrato” del equipo editorial

“*No pretendemos cambiar ministerios ni voltear al presidente Pérez. ‘El Charivari’ está encargado de eso*”³⁸, es otra advertencia de *La Linterna*, en un guiño hacia la publicación satírica con la que compartían varios colaboradores.

³⁶ *La Linterna del Diablo* N°1, viernes 23 de agosto de 1867. Santiago, p. 1.

³⁷ *Ibíd.*, p. 4.

³⁸ *Ibíd.*, p. 1.

La promesa de no molestar al presidente claramente no se cumplió, ya que de todas formas atacó a José Joaquín Pérez en reiteradas ocasiones; sin embargo, su mayor mérito fue establecerse como uno de los primeros periódicos abiertamente anticlericales³⁹, siendo una de sus principales víctimas el influyente Arzobispo Rafael Valentín Valdivieso (fig. 6) y la poderosa familia Blest Gana, con fuerte influencia en la escena diplomática:

TONADITA DE AÑO NUEVO

*Criaturas hay de dos pies
Mimadas por la fortuna
Pero, a fe mía, ninguna
Como las que llaman Bles.*

*¿Un ministerio está en pena?
Que venga Bles a servir
¿Diputado hay que elegir?
Pues sin Bles no hay cosa buena
Para jefes de oficina,
hay siempre Bleses sobrantes
jes inagotable mina
la mina de estos diamantes! (...) ⁴⁰*

En cualquier caso, pese a que durante un buen tiempo estos periódicos se movieron con relativa libertad en comparación a otros periodos, esto no evitó que Benjamín Vicuña Mackenna, quien fuera parodiado constantemente por las publicaciones, los enviara a juicio de imprenta por las constantes mofas hacia su persona, las que según él no eran más que difamaciones. Uno de los aspectos más notables es que uno de los periódicos acusados era *El*

³⁹ Donoso, Ricardo. *Sátira Política en Chile*. Universitaria, 1950

⁴⁰ Grez, *Op. Cit.*, p. 14.

Ferrocarril, considerado un exponente serio de la prensa de la época, a diferencia de *El Charivari* y *La Linterna del Diablo*; esto podría dar señales de que tal vez el querellante daba algunas razones para ser parodiado.

Vicuña alegaría en el juicio:

“(...) en el número 47 del periódico Charivari que acompaño, aparece en seguida de un retrato burlesco de mi persona, una composición en verso dirigida a mi propio nombre i apellido i firmada con el seudónimo de Alcibíades, en que se me infieren las injurias más viles i repugnantes (...). Bien que bajo las apariencias de la jocosidad i de la caricatura, esa producción contiene el veneno de la más depravada difamación i la acuso, por tanto, en todas sus partes como atentatoria a mi honra de hombre i de ciudadano, i pido para su autor el castigo”⁴¹.

No deja de ser curiosa la reacción que generó en el aludido la caricatura antes referida, y que presentaba a Vicuña Mackenna como “escritor chino” (fig.7), pues, al igual que otras personalidades políticas de la época, tenía un largo historial como víctima de burlas y reproches a su accionar; sin embargo, ninguna humorada causó tanta ira como esta, quien sabe si el cuestionamiento a su talento como literato e historiador, atentó contra lo profundo de su ego. Los que siguen son parte de los versos que acompañaban la caricatura y permiten hacer una interpretación más acabada del documento acusado:

*“Vamos, señor Vicuña, hágase usted el sordo...
Cree Ud. Ser grande hombre, i solo es hombre gordo.
Es gordo porque es hombre de vientre y de pitanza*

⁴¹ Vicuña Mackenna, Benjamín. *El Castigo de la Calumnia. Compilación de las principales piezas de los procesos de imprenta promovidos contra el diario “Ferro-carril” i los periódicos “la Linterna del Diablo” i “el Charivari.”*. Imprenta de la República, Santiago, 1968, p. 63.

*Por eso cada día va echando usted más panza.
 Ud. Es un estuche, diarista, diputado,
 Historiador, marino, diplomata, abogado.
 Tiene usted la manía de entrometerse en todo.
 En las rejiones altas, lo mismo que en el lodo. (...)
 Usted con muchas ínfulas de historiador se llama,
 I cree que con sus libros adquiere gran fama.
 I es cierto que la tiene, pero decirle quiero,
 Que su fama es tan solo de diablo y embustero"⁴².*

Para el caso de *La Linterna del Diablo* sus acusaciones fueron sobre dos textos de similares características, aunque no logró identificar completamente al autor de uno de ellos –Vicuña Mackenna presumía que Luis Rodríguez Velasco, mismo autor del poema acusado en *El Charivari*- por lo que debió conformarse con acusar al editor del periódico, Fanor Velasco. Este, según escritos posteriores de Vicuña Mackenna se habría defendido mediante un discurso de las mismas características que los textos acusados, burlonamente y sin pedir las disculpas esperadas por el demandante para limpiar su honra⁴³.



Fig. 6 Arzobispo Valdivieso



Fig. 7 “Escritor chino”

⁴² *Ibíd.*, p. 62.

⁴³ *Ibíd.*, p. 63.

Vale mencionar que aunque Vicuña Mackenna ganó las demandas, ambos periódicos solo fueron condenados a pagar multas y costas del juicio, a diferencia de *El Ferrocarril*, que fue absuelto luego de que el autor del texto acusado pidiera perdón al querellante. De todas formas, las publicaciones mencionadas siguieron circulando por varios números posteriores al incidente.

1.4.2 Cobos y Padilla: los padrecitos de Juan Rafael Allende

Juan Rafael Allende, poeta y periodista, ha sido una de las figuras más importantes de la prensa satírica, probablemente el más prolífico y menos reconocido considerando la magnitud de su obra. Con más de una decena de publicaciones a su haber y también una vasta literatura de agudo sentido crítico, fue uno de los escritores que más hizo sufrir a las autoridades de finales del siglo 19, sacando publicación tras publicación, arrancando desde un frente para luego atacar por otro, casi siempre tras el seudónimo de *El Pequén*. De su historial hay dos periódicos que destacan enormemente, tanto por su dureza crítica e ingenio humorístico para enlodar a las más altas figuras públicas, sus logradas caricaturas –de la mano de Luis Fernando Rojas y Benito Basterrica– como por los conflictos que le reportaron: *El Padre Cobos* y *el Padre Padilla*⁴⁴.

⁴⁴ Salinas *et al.* *El que ríe último...Op. Cit.*, p. 61.

El Padre Cobos nace el año 1875 de la mano de Juan Jacobo Thompson y, al igual que el ya mencionado *El Charivari*, tomó su nombre prestado, en este caso de un periódico satírico español que circuló entre los años 1854 y 1856 siendo férreo opositor al gobierno del General Baldomero Espartero. Tras dos etapas de circulación, Juan Rafael Allende fue el encargado de traerlo de vuelta para una tercera época el año 1881, en pleno periodo de la Guerra del Pacífico, etapa que se alzaría como la más exitosa y polémica del periódico en cuestión, además de haber sido un aliado fundamental de las tropas y de la ciudadanía en general, ya que incluía libretos destinados a elevar la moral nacional en medio del conflicto bélico, al tiempo de hacer mofa de los contrincantes. En cuanto a *El Padre Padilla*, este aparece terminada la Guerra del Pacífico, y si bien compartía los ideales expresados en su otro periódico, Allende quiso enfatizar en este los problemas sociales, poniendo particular énfasis en la denuncia de las consecuencias de la progresiva intromisión de intereses económicos en los asuntos de Estado, así como las prácticas antidemocráticas de la administración de turno⁴⁵.

Quizás uno de los aspectos más interesantes de ambos periódicos, sobre todo de *El Padre Padilla*, es la facilidad que exhibe no solo para atacar a la autoridad -algo que ya se había hecho antes-, sino que el modo en que amplió los blancos de burla a prácticamente todas aquellas intocables “vacas

⁴⁵ Biblioteca Nacional de Chile. *Juan Rafael Allende (1848-1909)*. Memoria Chilena. Disponible en <http://www.memoriachilena.cl/602/w3-article-3493.html> Accedido el 20/3/2015.

sagradas” del poder, es decir, la religión, la academia, la riqueza, entre otros. Se suma a ello el estilo de su autor, calificado por muchos no solo como insolente, sino que “vulgar”, ya que Allende además de reírse de quienes consideraba pertinente, usaba un tono que rozaba el pudor de la época y que hacía guiños al tan estigmatizado “roto” del pueblo, mostrando un humor ajeno al conservadurismo de la época y una incomprendida preocupación por temas comúnmente excluidos de la “agenda” periodística de esos años. Así, su figura generó sentimientos encontrados entre varios de sus contemporáneos, que eran capaces de reconocer su talento, aunque reprobasen sus métodos; tal es caso del periodista e historiador Luis Orrego Luco, quien lo calificara como "*periodista de grande ingenio y dudosa moralidad*"⁴⁶.

En el caso de *El Padre Cobos* es posible ver su interés por lo chileno, siendo sus páginas un espacio de crítica a la postura europeizante de la elite chilena y su predilección por los valores artísticos extranjeros en desmedro de los nacionales⁴⁷; a eso se suma su marcada afinidad con las expresiones y actividades festivas de las clases medias y bajas, visibles en su promoción de reuniones populares, por medio de avisos que anunciaban "*juegos de bolas,*

⁴⁶ Salinas, Maximiliano. Juan Rafael Allende, "El Pequén", y los rasgos carnavalescos de la literatura popular chilena del siglo XIX. Revista Historia N°37, Vol.1, Instituto de Historia Pontificia Universidad Católica. 2004, p. 210.

⁴⁷ Campos Godoy, Fernando. *La Fiesta de la Chaya en Santiago de Chile entre 1880 Y 1910: Una expresión pública censurada por la élite.* Disponible en <<http://www.paillal.cl/Documentos/La%20Fiesta%20de%20la%20Chaya.doc> > Acceso el 25/05/2015

*vara, zamacuecas y bailes populares, el demócrata ponche, la nacional chicha, la germana cerveza y otras cositas en que remojar el garguero*⁴⁸.

Otra de las peculiaridades de Allende fue su inclinación a conocer lo que sucedía en el trajín urbano, por lo que se dedicó a “*observar, leer la prensa, contestar cartas y escribir, siempre atento a los rumores que circulaban en la ciudad*”⁴⁹. Esto le permitió desarrollar secciones como los “cordonzos” y “la gacetilla” de *El Padre Padilla*, donde se publicaban recados o denuncias de diversa índole, hechas de lectores a otros lectores, a distintos servicios o hacia autoridades; estos espacios le reportaron una buena recepción en el público, ya que daban a conocer problemáticas cotidianas de las personas al tiempo que generaban una oportunidad de descargo, como se da en el recado que sigue: “*¡Señor comandante de policía! en las tres primeras cuadras de la calle de Gálvez no se encuentra un paco ni para remedio. ¡Sírvase usía mandar uno!*”⁵⁰.

También era común que diera rienda suelta a la picardía, aprovechando de acusar la hipocresía de quienes se escandalizaban por expresiones tenidas por vulgares, como estos versos de *El Padre Padilla* en 1888:

*“¡Ay! aquella jamoncita
Tiene un cuerpo tan bonito...
¡Y qué seno! ¡ayayaicito!...*

⁴⁸ Palma Alvarado, Daniel. *De apetitos y de cañas. El consumo de alimentos y bebidas en Santiago a fines del siglo XIX*. Revista Historia N°37, Vol.2. Instituto de Historia Pontificia Universidad Católica, 2004, p. 403.

⁴⁹ Palma Alvarado, Daniel. *Las andanzas de Juan Rafael Allende por la ciudad de los “Palacios Marmóreos” y las cazuelas deleitosas. Santiago de Chile, 1880-1910*. Revista de Historia Social y de las Mentalidades, N°13, Vol. 1. 2009, p. 125.

⁵⁰ *Ibíd.*

*¡Y qué cadera y qué nalga!...
_Mire: ¡qué chicas
Con tan lindas prominencias!
-¡Jesús! ¡Jesús!, ¡qué indecencias!
-Sí, ¡que indecencias tan... ricas!”⁵¹.*

Lógicamente no se puede dejar de comentar la conflictiva relación de Allende y sus periódicos con la iglesia. Con una declarada fobia al clero y siguiendo la tónica de antecesores como *La Linterna del Diablo*, dio vida a afilados versos mediante los cuales atacó a la iglesia y sus autoridades, ganando por ello la doble excomunión –si tiene sentido tal cosa-. Un ejemplo particularmente interesante de su estilo lo constituye esta paródica versión del Catecismo Cristiano⁵², texto con el que usualmente se enseñaba la doctrina católica de manera estandarizada y que Allende manoseó hasta el cansancio de manera sumamente ingeniosa, nuevamente en el *El Padre Padilla*:

LA DOCTRINA

P. Decídme, hijo: ¿hai Dios?

R. Sí Padre. Dios hai.

P. ¿Cuántos Dioses hai?

R. Pututututú: Solo en la iglesia de mi parroquia hai más de ciento. Con que...saque usted la cuenta.

P. ¿Dónde está Dios?

R. Que se lo digan los miembros de la policía secreta.

⁵¹ Salinas, Maximiliano. *Juan Rafael Allende, "El Pequeño"...*, Op. Cit., p. 208.

⁵² Aunque existen varias adaptaciones, la original debería asemejarse al ejemplo que sigue: "Catecismo Breve por Preguntas y Respuestas: P: Decidme hijo, hay dios?/R: Sí, Padre, Dios hay/P: Quantos Dioses hay?/ R: Uno solo no más./ P: Dónde está Dios?/ R: En el Cielo, en la Tierra, y en todo lugar. / P: Quién es Dios? / R: La Santísima Trinidad (...)". Tomado de *Sínodos diocesanos del arzobispado de Santiago de Chile: celebrados por los ilustrísimos señores doctor don frai Bernardo Carrasco Saavedra i doctor don Manuel de Aldai i Aspee*. New York, Eduardo Dunigan y hermano, 1858, p. 139.

P. *¿Quién es Dios?*
R. *No sé quién soy yo, ¡ voy a saber quién es Dios!*
P. *¿Quién es la Santísima Trinidad?*
R. *El Padre, el Hijo i el Espíritu Santo, tres apellidos distintos i un solo nombre no más.*
P. *¿Quién se hizo hombre por nosotros?*
R. *El hijo de Dios.*
P. *Hízose hombre por obra de barón.*
R. *Nó, hízose hombre por obra de marqués.*
P. *El hijo de Dios hecho hombre ¿cómo se llama?*
R. *Jesucristo.*
P. *¿Jesucristo es Dios?*
R. *Así dicen.*
P. *¿Jesucristo es hombre?*
R. *Por el nombre parece que sí.*
P. *¿Qué hizo por nosotros Jesucristo?*
R. *Murió en la cruz por librarnos del pecado.*
P. *¿Murió en cuanto Dios?*
R. *Claro que nó, pues nos habríamos quedado como moros sin señor.*
P. *¿En cuánto quién murió?*
R. *En cuanto hombre.*
P. *Después que murió en la cruz, ¿tornose a levantar vivo?*
R. *Hum! Dificilillo lo creo.*
P. *Después que resucitó, ¿adónde fue?*
R. *Al cielo.*
P. *¿Ha de volver otra vez acá?*
R. *No lo tengo por tan tonto, Padre. ¿Qué vuelva otra vez acá? ¿Será por lo bien que le fue la primera vez que vino?*⁵³.

Por publicaciones como aquella el Vicario Capitular Larraín Gandarillas realizó un explícito llamado a no leer las publicaciones del osado escritor:

“Y por cuanto nos consta positivamente el daño que actualmente causan a la moralidad privada y pública los periódicos intitulados El Padre Padilla y El Padre Cobos, que se publican en esta ciudad, en cumplimiento de nuestro deber pastoral, y aunque estén de suyo prohibidos por el hecho de ser esencialmente impíos e inmorales, es nuestra intención confirmar con toda nuestra autoridad

⁵³ Drpic, Zvonimir. *Las Manifestaciones de la pugna Iglesia-Estado en Chile respecto de la sucesión arzobispal de Santiago. 1878-1886.* Santiago, 2012, p. 602.

*diocesana, bajo pena de pecado mortal, la prohibición de leer, comprar, vender, retener y distribuir esas perniciosas publicaciones*⁵⁴.

Sin embargo, la irreverencia de Allende era tal, que luego de todo ese arsenal de amenazas, *El Padre Padilla* publicaría de vuelta:

*“I sepa el Tuerto salvaje
Que, desde que prohibió
A todo su careraje
El comprar El Padre [Padilla] yo
He aumentado su tiraje.*

*[...] Tu edicto para mí fue
Una ganga. Sin lisonjas
Eres un buen padre, a fe
Dime: ¿cómo tiraré
Cuando hasta me lén las monjas?...”*⁵⁵.

Pero no solo las grandes personalidades lo atacaban, pues prensa de la época, como el periódico conservador *El Chileno*, también lanzaba sus dardos contra los periódicos de Allende:

*“(...) ciertos papeluchos no solo impíos, sino infames que suelen aparecer entre nosotros. Atraen la curiosidad del público con caricaturas más o menos inmorales, con fácil gracejo de pacotilla, i con chismes, murmuraciones i calumnias contra la honra aun de los más respetables i virtuosos ciudadanos”*⁵⁶.

Una de las características de Allende que le trajo más problemas, fue su osadía en molestar a las autoridades por cuestiones tanto del ámbito público

⁵⁴ Boletín Eclesiástico, tomo IX en El Estandarte Católico de 13 de octubre de 1856, en Donoso, Ricardo. *Sátira Política en Chile*. Universitaria, 1950, p. 96.

⁵⁵ Cornejo Cancino, Op. Cit.

⁵⁶ *Ibíd.*

como de lo íntimo, insinuando infidelidades, vicios, malas costumbres, entre otras características que los exponían como “*no tan honorables*”⁵⁷ y en definitiva, como cualquier otro mortal. En este sentido, no se pueden dejar de mencionar –por su conexión con el escenario actual- sus constantes referencias al influyente Agustín Edwards Ross, empresario, banquero y político del Partido Nacional, dueño de *El Mercurio* y bisabuelo del actual propietario del imperio periodístico, Agustín Edwards Eastman. Su talón de Aquiles era la bebida y esta fue el arma que utilizó Allende en su contra “*dibujándolo en el interior de sus lujosas habitaciones borracho hasta la inconciencia*”⁵⁸.

Es importante destacar que, si bien Allende partiría siendo opositor a Balmaceda, terminaría siendo leal a su figura, lo cual le trajo más problemas con cada vez más personalidades públicas de la época conforme se fue agravando la situación política del país. Y aunque nunca fue enviado a juicio de imprenta como algunos de sus antecesores por ofender a Vicuña Mackenna, no estuvo exento de persecución una vez finalizado el conflicto de 1891; dada su posición como balmacedista y su historial de ataques a quienes pertenecían al bando ahora ganador –como el mencionado Edwards-, durante un tiempo considerable vivió bajo constante amenaza –incluso en la clandestinidad-, siendo llevado incluso al patíbulo para ser ejecutado. Algo que no ocurrió, pero solo en pos de cuidar la imagen del gobierno chileno, ya dañada frente a los

⁵⁷ *Ibíd.*

⁵⁸ *Ibíd.*

círculos letrados extranjeros por la reciente persecución y posterior fusilamiento de otro periodista, Rodolfo León Lavín⁵⁹.

Si bien posterior a este evento siguió publicando, lo cierto es que comenzó, poco a poco, a dejar de lado su veta en la prensa satírica, no sin haber sentado un importantísimo precedente de que no hay temas sagrados, que la sociedad no está hecha solo del poder y que, si se quiere, se pueden reinventar los cánones que dicen cómo, sobre qué o para quiénes escribir.

1.4.3 Topaze: “El barómetro de la política chilena” o la risa desde lo culto

No solo uno de los más importantes, sino que también recordado ícono del humor político en Chile. El semanario *Topaze*, aparecido en 1931, a poco de la caída del gobierno de Carlos Ibáñez y en medio de un periodo económico y político particularmente complicado tras la depresión de 1929, logró instalarse como vitrina de la contingencia política chilena por 40 años, autodenominándose como “*el barómetro de la política chilena*”. Y en realidad lo era, pues desde su nacimiento retrató sus momentos álgidos e hizo desfilar a numerosos políticos por sus páginas, destacándose los presidentes de la república de las distintas administraciones que presenció, vueltos personajes

⁵⁹ Martínez Baeza, Sergio. *Juan Rafael Allende y la Sátira Política en Chile*, ponencia de la Cuarta Jornada de Personajes de la Historia de Chile de la Universidad Gabriela Mistral. Video disponible en <<https://www.youtube.com/watch?v=jYSijj8Pull>> Accedido el 18/10/2014.

llamados por apodos por los que eran conocidos, y siendo expuestos en dibujos que aludían a los prejuicios que pesaban sobre ellos. Tal es el caso de *Don Tinto*, apodo de Pedro Aguirre Cerda (una referencia a las viñas que poseía el presidente), *Don Gabito*, Gabriel González Videla o *El León de Tarapacá*, Arturo Alessandri (apodo ganado tras las elecciones senatoriales de 1915).

Creada por el dibujante Jorge “Coke” Délano, en conjunto con el argentino Joaquín Blaya y el redactor Jorge “Pichiruche” Sanhueza, *Topaze* tomó su nombre de una comedia teatral francesa que por aquellos días se presentaba en Santiago con bastante éxito, haciendo del hecho un buen impulso publicitario⁶⁰. Durante su existencia tuvo entre sus caricaturistas al conocido autor de Condorito, René Ríos, más conocido como *Pepo*; Mario Torrealba, *Pekén*, y Luis Goyenechea, *Lugoze*, quienes además de retratar a las más importantes figuras públicas, también dieron vida a personajes que representaban a distintos sectores de la sociedad chilena, como *Juan Verdejo*, encarnación del individuo común del pueblo, representación que no en pocas ocasiones exhibe dejes de folklorismo.

Aquí es donde resalta un detalle interesante, ya que en oposición a lo que intentó hacer Allende, promoviendo cierta tendencia picaresca y popular, Délano cultivó un humor bastante afín a la alcurnia, expresando una risa jerárquica, culta, que si bien “denunció la falsedad del mundo político oficial”

⁶⁰ Biblioteca Nacional de Chile. Juan Rafael Allende (1848-1909). Memoria Chilena. Disponible en <http://www.memoriachilena.cl/602/w3-article-3683.html>. Accedido el 18/3/2015.

mostró también de maneras sutiles, una mirada civilizatoria y a ratos reprobatoria, de las costumbres de lo bajo popular, expresadas principalmente a través de Verdejo⁶¹. No es menor recalcar que la visión política de Délano se inclinaba hacia la derecha; no obstante, se encargaba de molestar a los personajes clave de manera cómica en una forma relativamente equilibrada y con cierta mesura.

Esto quizás explicaría en parte la llamativa relación que tenía con el mundo político, ya que así como fue ganándose al público, también ganó acogida en las esferas donde se movían los individuos de quienes se mofaba, siendo particularmente conocida su cercanía con Gabriel González Videla, quien repetidas veces apareció en sus ediciones en su sección *Don Gabito*; es más, adquirieron fama las fiestas realizadas por el equipo de la revista donde llegaban personalidades como políticos, artistas y periodistas⁶². Pareciera ser que el humor cultivado por *Topaze* era lo bastante efectivo y agudo para hacer reír e inquietar, pero no lo suficientemente descarado como para generar odio, además de utilizar códigos que supieron enganchar con las clases más acomodadas.

No obstante, sí hubo personalidades a las que hizo rabiarse. El presidente Arturo Alessandri fue uno de ellos y, de hecho, dio origen a uno de los

⁶¹ Salinas, Maximiliano. *¿Una risa jerárquica? La revista Topaze: Características y límites de la sátira política en Chile*. Revista Ciencias Sociales N° 20, Universidad Arturo Prat, p. 95.

⁶² Villegas, Adrian. *Satira Política en Chile – Topaze, la Izquierda y los Inicios de la Guerra Fria en Chile bajo los gobiernos radicales 1938-1952*. 2005, p. 17.

momentos más polémicos en la historia de la revista, al querellarse contra *Topaze* por la portada de la edición 285 de 1937, que realizaba una insinuación a la supuesta cobardía de Alessandri por no responder a declaraciones que Carlos Ibañez del Campo había hecho en su contra. La caricatura mostraba a un león dormido –el mandatario- Ibañez del Campo como domador, con una bota sobre él, posando frente a un pintor cuyo lienzo tenía una imagen completamente distinta, una fiera rugiendo. “*El león no es tan fiero como lo pintan*”, decía la leyenda (fig. 8). Pese a todo, Délano ganó el juicio, pero los ejemplares, que habían sido requisados, fueron quemados por orden de Alessandri en venganza por el resultado poco favorable para sus intereses, lo que derivó en algo aun peor: los policías involucrados detenidos por el acto, y Alessandri asumiendo su culpa.



Fig. 8 El polémico león

CAPÍTULO II

EL MOMENTO PRECISO PARA LA DESFACHATEZ

2.1 Chile en una clínica: El circo de la soberanía

Corría el 22 de septiembre de 1998 y Augusto Pinochet Ugarte, cabecilla de una de las etapas más oscuras de la historia de Chile, llegaba a Londres para realizarse una cirugía de hernia lumbar. No había pasado mucho tiempo desde la llegada del ex dictador y distintas voces rumoreaban los esfuerzos de un juez español por aprovechar su estancia en Europa para conseguir su procesamiento por la muerte de ciudadanos españoles en la dictadura que había liderado. El origen de estas pesquisas se remontaba al año 1996, cuando la organización madrileña Fundación Salvador Allende -dirigida por el abogado español Joan Garcés, ex asesor del gobierno del presidente socialista- amplió una queja previa por crímenes de la dictadura argentina, esta vez, añadiendo responsabilidades ligadas a la operación Cóndor; sin embargo, por aquel tiempo no resultaba realista imaginar a Pinochet bajo el alcance de la jurisdicción española⁶³.

⁶³ Brett, Sebastián y Collins, Cath. *El Efecto Pinochet: A diez años de Londres 1998*. Informe Conferencia. Universidad Diego Portales, Santiago, Chile, 8-10 Octubre 2008, p. 10-11.

El en ese entonces Senador Vitalicio, llevaba tan solo un par de meses con el título de tal. La normativa de la Constitución por él creada, asignaba este cargo a quienes habían sido presidentes de la república por más de 6 años, al momento de terminar su mando. Este nombramiento había provocado molestia en buena parte del bando concertacionista en el congreso, pues el 65% del parlamento rechazaba este paso, siendo solo un 25% quienes se manifestaban abiertamente a favor⁶⁴. No obstante, el rechazo manifestado por la coalición – supuesta antagonista del ahora senador vitalicio designado- no parecía tan severo, pues cuando el 13 de octubre un inquieto juez español Baltasar Garzón comenzó a difundir por diversos medios españoles y británicos que tenía fuertes bases para una detención, todos los esfuerzos del gobierno apuntaron a sacar raudamente al senador de Inglaterra, para así salvarlo del calvario que se avecinaba de concretarse las amenazas:

“(...) al día siguiente (14 de octubre) la policía británica recibió faxes oficiales de Madrid en los que se les pedía que localizaran a Pinochet, le impidieran salir del país y procedieran a interrogarlo. El gobierno chileno tuvo noticias de una posible detención el mismo día; la embajada chilena en Londres empezó a buscar a toda prisa billetes para el siguiente vuelo disponible a Santiago”⁶⁵.

En cualquier caso, esta especial preocupación se suma a la larga lista de precedentes de la suerte que gozaba Pinochet respecto de sus pares

⁶⁴ Huneus, Carlos. *Chile un país dividido. La actualidad del pasado*. Editorial Catalonia, 2003, p. 65.

⁶⁵ Beckett, Andy. *Pinochet en Picadilly*. Tusquets Editores. 2003, p. 271.

dictadores latinoamericanos, algo que distaba de ser una novedad. Cabe recordar que, no bastando con haber sido designado Senador Vitalicio por haber cumplido más de seis años continuos en el poder –como consignaba su propia constitución, que se saltaba el hecho de que no había sido precisamente “presidente”-, hasta poco antes de aquel nombramiento ostentaba el título nada despreciable de Comandante en Jefe del Ejército. O incluso yendo aún más atrás, la propia modalidad de su salida del poder refleja esta tónica, ya que jamás fue derrocado o expulsado: el mando fue entregado de manera solemne por los medios estipulados en una constitución maquinada por él mismo.

De hecho, los propios documentos con los que había viajado a Inglaterra hablaban de sus peculiares regalías, entre ellos, el pasaporte diplomático debido a su condición de senador, y en especial, la autorización respaldada en el Decreto N°1505, la que le permitía viajar a contar del 21 de septiembre y por 46 días, como “*Embajador Extraordinario y Plenipotenciario en Misión Especial del Gobierno de Chile*”⁶⁶. Cabe destacar que esta interesante “misión especial” en nombre de Chile no habría convencido a Francia, que restó valor a la autorización imposibilitando a Pinochet consultar a un especialista lumbar en ese país⁶⁷.

⁶⁶ Lagos, Jaime. *El "Caso Pinochet" ante las cortes británicas*. Editorial Jurídica de Chile, 1999, p. 109.

⁶⁷ Bartholomew, Melania et al. *Informe sobre la detención de Pinochet en Inglaterra*. 28 de octubre de 1998. Archivo Chile, Centro de Estudios Miguel Enríquez, p. 7. Disponible en <http://www.archivochile.com/Dictadura_militar/pinochet/juicios/DMjuiciopino80036.pdf> Acceso el 3/04/2015

Lamentablemente para el aludido, la suerte que solía acompañarlo no estuvo de su lado aquel octubre. Aunque tras bambalinas, Baltasar Garzón cada vez hacía más ruido con sus gestiones, los médicos a cargo del tratamiento de Pinochet consideraron sumamente riesgosa su salida del país; aun así, al día 14 de octubre la embajada chilena ya había chequeado que los vuelos más próximos estaban copados. Mala racha, porque al día siguiente el ambiente ya se mostraba enrarecido y *The Guardian* publicaba el artículo “*Un asesino entre nosotros*”, de Hugh O’Shaughnessy, férreo detractor de Pinochet dentro de la prensa británica cuya nota exigía la detención del general, algo que pese a las ganas que pudieran existir, seguía sonando improbable⁶⁸.

Pero lo improbable sucedió justo al día siguiente. El 16 de octubre a las 6 de la tarde llega la *Scotland Yard* a *The London Clinic* para hacer efectiva una orden de captura internacional emitida horas antes bajo los cargos de “*genocidio, terrorismo y torturas*”⁶⁹: Pinochet, al fin, estaba detenido. Cuando se supo la noticia, el ambiente se cargó de un tono distinto al que se podría esperar si se mira con los ojos de hoy. Sin contar con que la información era dispersa y se disponía de pocas opciones para conocer lo que ocurría y contrastar informaciones, lo que llegaba las pantallas y al papel era una prensa muy políticamente correcta que no se atrevía a usar la palabra “dictador” y daba tribuna a la palabrería de las autoridades políticas de entonces, para quienes la

⁶⁸ Huneus, Op. Cit., p. 271.

⁶⁹ Gerdtsen, Felipe y Pérez, Mónica. *Augusto Pinochet: 503 días atrapado en Londres*. Editorial Los Andes, Santiago, 2000, p. 33.

relevancia del hecho parecía estar en el insulto a la soberanía que el arresto significaba para Chile, la inmunidad diplomática pasada por alto, y la edad y condición médica del afectado.

*“Retenido Pinochet en Clínica de Londres”*⁷⁰, titulaba *El Mercurio*, exponiendo en la misma nota las declaraciones del Ministro Secretario General de la Presidencia, John Biehl, quien pedía que se dejara tranquilo al senador y que el alargamiento de su estadía se debía solo a razones médicas, restando connotación política a su cada vez más inquietante permanencia en Inglaterra⁷¹. Ciertamente las informaciones que manejó la prensa chilena los primeros días tras el suceso y las declaraciones de los personajes públicos eran, ante todo, confusas:

*“La incertidumbre cundía entre la prensa chilena que ya había llegado masivamente a Londres y se esmeraba en entender los complejos pasos legales que se avecinaban y la proyección real del problema en que estaba envuelto Pinochet. A pesar de los graves acontecimientos todavía era difícil de creer que el ex jefe del Ejército chileno pudiera terminar finalmente enfrentando a una corte”*⁷².

Medios internacionales utilizaban titulares directos, y con diversos grados de parcialidad, pero que no tenían problemas en calificar al protagonista como lo que había sido, un dictador, y dando por sentado que el “arresto” –y no “retención”- aparejaba el inicio de una etapa compleja. Mientras tanto, en Chile

⁷⁰ El Mercurio, 17 de octubre de 1998.

⁷¹ *Ibíd.*

⁷² Gerdtzen, *Op. Cit.*, p. 60.

parecía no dimensionarse lo vergonzoso de haber llegado al punto en que un delincuente de tal calibre fuera requerido por entidades extranjeras; en la amplitud del espectro político escaseaban los *mea culpa* y sobraban las declaraciones llenas de eufemismos y “razones de estado”, como la del entonces presidente del Senado, Andrés Zaldívar, quien señalaba que “*indiscutiblemente el Senador Pinochet, gústele o lo les guste a algunos, está protegido por la inmunidad*”⁷³. O el caso de las honestas palabras del Ministro de Relaciones Exteriores, José Miguel Insulza, quien señalaba que “*en su lugar no habría viajado*”⁷⁴, y que, de hecho, el año anterior ya habría advertido a Augusto Pinochet lo inconveniente de realizar un viaje que pretendía realizar a España por aquel entonces⁷⁵. En la misma línea, las palabras de Adolfo Zaldívar grafican el foco de las prioridades del gobierno, que pensando en la legalidad y el respeto de las instituciones, realizaban declaraciones de un tono particularmente escandaloso:

*“Si nos doblegamos ante estos criterios neocolonialistas de potencias extranjeras, estaremos enajenando no sólo nuestro proceso político, sino arriesgando la independencia y soberanía de las futuras generaciones”*⁷⁶.

*“Sigue cuestionamiento al círculo asesor de Pinochet”*⁷⁷, titulaba *La Tercera*, mostrando cómo parecía ser más prioritario determinar “*qué se hizo mal como*

⁷³ El Mercurio, 19 de octubre de 1998.

⁷⁴ La Tercera, 18 de octubre de 1998.

⁷⁵ Bartholomew, Melania et al., Op. Cit.

⁷⁶ La Segunda, 26 de octubre de 1998.

⁷⁷ La Tercera, 21 de octubre de 1998

para haber permitido al senador viajar”, en vez de “qué se hizo mal como para que otros deban estar juzgando por nosotros a un violador de los derechos humanos”. Es que parece ser que el Chile del año 1998 era un país muy respetuoso de los marcos regulatorios -quizás demasiado-, o simplemente doble estandar. Otra teoría posible es que aun existiera un miedo latente al poder del círculo cercano al ex dictador, ¿era posible una reacción de los amigos del detenido? ¿Qué tan grande era el poder de este sector?

Lo claro es que muchos de este selecto grupo seguían sintiéndose muy poderosos, las ataduras que había dejado su amigo tras dejar el mando los había tenido viviendo en confianza y con toda la desfachatez de quien no tiene nada de qué arrepentirse tras una dictadura. Esta postura es fácil graficarla mediante las palabras de Guillermo Garín, Ex-Vicecomandante en Jefe del Ejército, quien con toda naturalidad era capaz de lanzar una amenaza solapada:

“Si no liberan a mi General, puede ocurrir cualquier cosa...No quiero imaginar un golpe de Estado, pero a los comandantes en Jefe se les haría muy difícil la situación dentro de los cuarteles”⁷⁸.

Son muchas las teorías que se pueden armar para intentar dar sentido a la reacción de la clase política de aquellos días, pero lo cierto es que el ímpetu con que parte importante del gobierno repudió la detención de Pinochet, dejó bastante qué desear a quienes llevaban años esperando por justicia.

⁷⁸ Salinas, Luis. *The London Clinic*. Lom Ediciones, 1999, p. 57.

En el caso de la derecha, no se podía esperar nada distinto. Incluso al día de hoy no sorprendería. Personalidades que aun pululan en la política hoy, como Juan Antonio Coloma, señalaban que Chile era un país libre desde hacía 188 años y que eso no podría borrarse “de una plumada”⁷⁹, o como el enfático e indignado diputado Alberto Espina quien era enfático en advertir:

*“Voy a decir una cosa muy clara: ¡A la derecha se le agotó la paciencia! ¡La gente de derecha no está dispuesta a aceptar más la arrogancia, el atropello a la ley!”*⁸⁰

Mirando desde el presente, cuesta entender que autoridades de la época, muchas de las cuales estuvieron directamente vinculados a la dictadura tanto por haber sido objeto de vejaciones, por sus nexos con ciudadanos asesinados, o al menos, como víctimas del exilio, tuvieran tanto interés por las instituciones y por defender las garantías de alguien como Pinochet. Cuestiones, que por lo demás, se amparaban en disposiciones aprobadas en virtud de su ejercicio como dictador, y por lo mismo, de legitimidad bastante cuestionable. ¿Se habrían olvidado realmente de que él jamás tuvo la facultad para hacer valer esas disposiciones? ¿Las razones de estado eran superiores a los derechos humanos? ¿Puede un genocida exigir que se respete su inmunidad política? Ya solo de pensar que un asesino contara con inmunidad y con un séquito de defensores, supuestamente, opositores a su figura, suena surrealista.

⁷⁹ *Ibid.*, p. 56.

⁸⁰ La Segunda, 30 de octubre de 1998.

*“Mi gobierno tiene por principio que los dictadores deben responder por sus actos ante la justicia y ser perseguidos”*⁸¹, decía Niels Petersen, Canciller de Dinamarca, noción compartida por Joan Garcés, ex asesor de Allende, quien días antes de que fuera efectiva la detención aseguraba a los medios que viajar con pasaporte diplomático no le otorgaba inmunidad frente a acusaciones de genocidio. *“Esto no cabe ni siquiera para los jefes de estado en ejercicio”*⁸², afirmaba, algo concordante con la postura de buena parte del orbe por aquellos días y que acá parecía estar fuera del sentido común, como consignaba el editorial del 18 de octubre de 1998 del diario *El País*, de España:

*“Es lógico que el Gobierno democrático chileno proteste contra la detención de un senador vitalicio con inmunidad diplomática, aunque tal condición sólo pueda explicarse por las peculiaridades de la transición chilena y el papel de fiscalizador amenazante de la misma que se reservó el Ejército”*⁸³.

Quizá un estudio minucioso del proceso transicional chileno señalado en la nota podría explicar el insólito accionar de la época, si es que hubiese tiempo y paciencia para comprender las implicaciones de una teórica reconciliación o de los acuerdos transicionales pactados. La complejidad del asunto se aprecia en las palabras que Joaquín Lavín esgrimiera como argumento en una carta al Papa Juan Pablo II: *“Santo Padre, en Chile todos estamos muy preocupados por el tema Pinochet, porque si ese tema adquiere mucha fuerza, va a ser un*

⁸¹ La Tercera, 31 de octubre de 1998.

⁸² *El Mercurio*, 14 de octubre de 1998.

⁸³ *El País*, Editorial: *Pinochet, detenido*. 18 de octubre de 1998. Disponible en http://elpais.com/diario/1998/10/18/opinion/908661604_850215.html. Acceso el 19/04/2015.

*retroceso en términos de la división de los chilenos y de la reconciliación nacional. Ojalá El Vaticano pudiera hacer algo para que Pinochet vuelva pronto a Chile*⁸⁴. O los recordatorios del General (r) Jorge Ballerino, quien fuera negociador durante el proceso de transición y que reclamaba enérgicamente asegurando que “*había acuerdos explícitos y tácitos de no molestar al General Pinochet*”⁸⁵.

En resumen, el escenario general exhibía lo prioritario de recobrar el respeto perdido por la honorable soberanía chilena y su derecho inalienable a juzgar en Chile a quien había cometido crímenes en esta tierra. Una contingencia política que parecía de un severo caso del *Mal de Alzheimer* y que de pronto olvidaba por completo la irresponsabilidad eludida por el estado chileno por 8 años, para pasar a prometer que “ahora sí que sí” –cual promesa de niño frente a los retos parentales- sería el momento para juzgar a quien hasta semanas antes se paseaba con toda propiedad ostentando investiduras que no le hacían tono, mientras sus igualmente malacostumbrados adherentes podían con toda desfachatez seguir alzando consignas en nombre de “su general” con toda propiedad. “*El problema es que estos ingleses no saben quiénes somos nosotros*”,⁸⁶ decía la familia Pinochet, al tiempo el propio detenido se autounía como mártir: “*si en este mundo a Cristo también lo traicionaron*”⁸⁷.

⁸⁴ Gerdtzen, *Op. Cit.*, p. 147.

⁸⁵ Salinas, Luis. *Op. Cit.*, p. 17.

⁸⁶ *Ibíd.*, p. 55.

⁸⁷ *Ibíd.*, p. 58.

No es casual que justamente esa desfachatez y altanería no haya demorado nada en expresarse tras lo ocurrido en Londres, como lo consignaba Clifford Krauss para el *New York Times* el 11 de noviembre de ese año, en su nota “*El arresto de Pinochet revive miedos enterrados en Chile*”:

“Mueran perros marxistas’ v ‘Viva Pinochet’ fueron qarabateados en la fachada del almacén de Sonia Carreño Saldías y Juan Leonardo Maureira, la esposa v el hijo de un hombre que fue sacado de su hogar por soldados hace 25 años v que no fue visto más hasta que sus huesos fueron encontrados 9 años atrás”⁸⁸.

Aquellas tristes frases *grafitteadas* descritas por el reportero norteamericano se condicen con las declaraciones de la Lucia Pinochet Hiriart, hija del detenido, que aunque intentaba parecer consciente, seguía la tónica de las desvergonzadas amenazas solapadas que circulaban entre muchos acérrimos partidarios:

“He oído que hay gente que quiere hacer cualquier locura con tal de liberar a mi papá. Y a muchos les he tenido que decir: ‘No, ubíquense. Estamos viviendo en otros tiempos’”⁸⁹.

Algunos seguían pensando que “su general” aún estaba al mando, que nada había cambiado. El terremoto causado en la política chilena mostraba que quizás algo de razón tenían. Bastaba con observar cómo esos 8 años de

⁸⁸Krauss, Clifford. *Paine Journal; Pinochet's Arrest Revives Buried Fears in Chile*. New York Times, 13 de noviembre de 1998. Disponible en <http://www.nytimes.com/1998/11/13/world/paine-journal-pinochet-s-arrest-revives-buried-fears-in-chile.html>. Acceso 14/03/2015.

⁸⁹ Salinas, Luis. *Op. Cit.*, p. 16.

transición habían ido transformando el lenguaje utilizado para hablar de la era Pinochet, una terminología digna de una amnesia institucionalizada en que “dictadura militar” se había transformado en “gobierno autoritario”, el “dictador” había sido “jefe de gobierno”, el “golpe militar” fue un “pronunciamiento”, las “violaciones de derechos humanos” eran “supuestos excesos” y por supuesto, el país no estaba frente a una grotesca “impunidad” sino que solo uno de los costos del proceso de “reconciliación”⁹⁰.

Pinochet era quién estaba en la clínica. Pero la mitad del Chile de esos años parecía necesitar ir a una también.

2.2 La ola que lanzó al *The Clinic*

El circo mediático de aquellos días no significó menor alegría para quienes habían visto lo que por mucho tiempo pareció un sueño. El más intocable de los chilenos estaba en apuros, y aunque era incierto el panorama futuro, había que disfrutar el momento y rogar porque no quedara en la mera emoción. Por muchos beneficios que reporte para una sociedad el respeto por la institucionalidad, ninguno suple la necesidad de justicia de una enorme parte del país y quienes así lo entendieron lo quisieron expresar, aunque no tuviesen

⁹⁰ *La Esperanza Reconquistada, Crónica de las Vicisitudes y Lecciones de 503 Días de Lucha por la Extradición de Pinochet a España*. Ediciones: Iniciativa-503 (Editores: JB, P, SV, PM, SB) en Memoria Viva. Disponible en http://www.memoriaviva.com/503/la_esperanza_reconquistada.htm Acceso 13/4/2015

tanta cobertura como sí lo tenían las alborotadas declaraciones de los principales políticos de la época. La verdad es que fuera de los dramáticos discursos oficialistas que se robaban la cobertura de prensa, había muchos, como Viviana Díaz, presidenta de la Asociación de detenidos Desaparecidos, que celebraban el hecho, alegando al tiempo que “*durante 25 años esperamos que Pinochet compareciera ante un tribunal. Si lo tuvo que hacer ante un juez inglés, fue por la denegación de justicia en nuestra patria*”⁹¹.

Se realizaron manifestaciones de opositores al dictador, tanto en Chile como en diversos lugares del mundo, y en particular en Inglaterra, donde muchos exiliados se acercaron a la *London Clinic* –posteriormente esto se daría en *The Priory Hospital* y luego en la mansión de *Virginia Water*-, habiendo incluso enfrentamientos entre estos y los partidarios de Pinochet, que llegaron a prestar apoyo al detenido. La alegría dio paso a la creatividad, surgiendo expresiones como el denominado *Bus Contra la Impunidad*, ejemplo de protesta callejera alternativa en que un bus de dos pisos –un clásico *double-decker* inglés-, decorado con motivos chilenos y latinoamericanos, fotos de las víctimas, lienzos y pancartas. Sus ocupantes, armados con tambores, cornetas y megáfonos viajaban por Londres llevando el mensaje: “*La única decisión es la Extradición*”⁹².

⁹¹ Gerdtzen, *Op. Cit.*, p. 150.

⁹² La Esperanza Reconquistada, *Op. Cit.*

En Chile también hubo manifestaciones creativas. Una de ellas fue la llamada “Una mano para Garzón”, instancia en la cual varios artistas, pintores, músicos, escritores y gente del mundo de la cultura -entre los que se contaban el músico Carlos Cabezas y el artista plástico Arturo Duclós-, estamparon sus manos en las escaleras del Museo de Bellas Artes para mostrar su respaldo al proceso que lideraba el juez español⁹³. Esta intervención artística había sido organizada por un grupo cercano a la figura de Ricardo Lagos en el contexto de las futuras primarias presidenciales concertacionistas entre este y el entonces presidente del Senado, Andrés Zaldívar, personajes que ya se había enfrentado en 1989 por un cupo senatorial, resultando ganador este último por estrecho margen⁹⁴. Este equipo laguista estaba liderado por Carlos Ominami y Marco Enríquez-Ominami, quienes se encontraban ideando actividades e instancias que otorgaran a la figura de Lagos un perfil progresista y afín a políticas de ampliación de libertades en diversas temáticas. ¿La idea? Hacerlo contrastar con la imagen pública de Zaldívar, claramente más ligada a lo conservador y tradicionalista, como era de esperarse de un demócratacristiano. La campaña que tenía por nombre “La Ola”, estaba a cargo del escritor y primo de Enríquez-Ominami, Rafael Gumucio, quien tenía como misión “*hacer ruido en torno a los*

⁹³ Fernández Chadwick, Patricio. Entrevista personal. 7 de abril de 2015.

⁹⁴ Castañeda, Jorge y Morales, Marco. *Lo que queda de la izquierda*. Penguin Random House Grupo Editorial, México, 2010.

*temas liberales como las drogas y la discusión sobre la sexualidad. Una movida media clandestina, una campaña que no debía referirse al candidato*⁹⁵.

Sin embargo, Gumucio tomó la decisión de viajar a Europa, y pensó en Patricio Fernandez Chadwick, a quién conocía por amigos y razones extra-curriculares, para reemplazarlo en esta labor creativa y así no dejar a Marco Enríquez con la campaña a medio realizar. Pero a poco tiempo de que Gumucio partiera a Europa y Patricio Fernández tomase su lugar, ocurrió el arresto de Augusto Pinochet en Londres. Fue en ese momento en que el nuevo encargado convenció al grupo de redireccionar la campaña laguista al financiamiento de un pasquín que hablara de manera libre y jocosa de los sucesos en torno al arresto del dictador y la escandalosa cobertura mediática chilena, dedicando diversos contenidos a caricaturizar tanto a la figura de Augusto Pinochet, así como la sobrereacción de la clase política chilena:

*“La idea fue un ‘happening’: sacar un panfleto para burlarnos de Pinochet y de lo que la sociedad, el periodismo y la política chilenos estaban haciendo respecto de su prisión. El Pinochet que habíamos odiado toda la vida, ahora detenido, y la defensa que hacia el gobierno concertacionista para traerlo de vuelta, fueron los dos ingredientes que detonaron esas ganas*⁹⁶.

“Pato los convenció de que había que dar cuenta de la felicidad con la que algunos mirábamos el proceso y no con la alarma en la que el resto de los

⁹⁵ Gumucio Araya, Rafael. Entrevista personal. 16 de abril de 2015.

⁹⁶ Fernández Chadwick, Patricio. Entrevista personal. 7 de abril de 2015.

*medios oficiales estaba sumido*⁹⁷, señala Gumucio, y tras esta aprobación Fernández reunió a varios participantes de La Ola, entre los que se encontraban el pintor e ilustrador Juan Guillermo Tejeda, y a otros amigos del ambiente artístico bohemio en que se movían. Así, se comenzó a armar un primer panfleto en medio de una junta nocturna -que no era otra cosa que un “carrete”-, sin seguir ningún protocolo creativo, lanzando lo que se les venía a la cabeza y de hecho, el show mediático de la política chilena daba material para jugar con el absurdo.

Así fue como el 23 de noviembre de 1998, a poco más de un mes de la detención de Pinochet, apareció el primer *The Clinic*.

2.3 “¡A acicalarse, chiquillas!: una fotografía del escándalo

“¡A acicalarse, chiquillas!: Garzón viene a Chile”⁹⁸, es el titular de la primera portada, que se burla del escándalo generalizado en torno la figura del “macabro” acusador de Pinochet, el juez Baltasar Garzón, intentando mostrarlo como si se tratara de la llegada de un personaje sensual y atractivo (fig. 9). Esa pequeña pincelada, que el hoy director de la revista, Patricio Fernández, considera “una ñoñería”⁹⁹, ya deja en claro el tono bufonesco de la publicación,

⁹⁷ Gumucio Araya, Rafael. Entrevista personal. 16 de abril de 2015.

⁹⁸ La frase publicada fue “Acicalarse, chiquillas”, pero se corrigió por presumirse que la intención original era “A acicalarse”, versión que estaría correcta gramaticalmente.

⁹⁹ Fernández Chadwick, Patricio. Entrevista personal. 7 de abril de 2015.

al referirse livianamente a un tema a todas luces delicado, en medio de un Chile serio que se escandalizaba con todo lo relativo al suceso de Londres. Un Chile conservador. O que creía serlo.

De escasas 4 páginas en blanco y negro, el tosco ejemplar era básicamente una hoja doblada que ostentaba un formato inusualmente grande para sus fines, haciendo, quizás, un guiño al aparatoso *broadsheet* de *El Mercurio*. Su nombre –y la tipografía del mismo- hacían referencia a *The London Clinic* (fig.10), recinto de salud inglés donde había permanecido el dictador hasta al momento de su detención, al tiempo que su slogan rezaba “*Firme junto al pueblo*”, tomado del desaparecido diario *Clarín* (fig. 11).

“*Nueva interpretación de la Ley de Amnistía: Cardemil exige que se castigue a las víctimas de atropellos a los derechos humanos*”, “*Bombal entre los diez mejor vestidos*” o “*Nueva huelga de Iván Moreira: estará sin bañarse hasta que el juez español abandone territorio nacional*”, ocupaban la portada. Evidentemente falsos, estos titulares sonaban tan ridículos como las declaraciones de autoridades de la época o como las amenazas y exabruptos de pinochetistas, con la diferencia que estos no pretendían ser serios en lo absoluto.



Fig. 9 Primer *The Clinic*



Fig. 10 Fachada de *The London Clinic*



Fig. 11 Logo del diario Clarín

La publicación, gratuita, había sido puesta a circular por integrantes del comando y colaboradores, por distintos bares, cine-arte, cafés, universidades y así, de mano en mano, el primer número fue esparciéndose para llegar tanto a territorio aliado como enemigo, con un estilo lingüístico y gráfico cuya aceptación estaba por verse. Cabe acotar que desde que Pinochet había dejado el poder, el humor político había sido bastante limitado. Durante un tiempo se había intentado revivir al clásico *Topaze* como suplemento del diario

La Tercera, con muy poco éxito: ya había pasado su minuto. Y si el desenfado frente a lo político no era muy visible por aquellos días, mucho menos lo eran las referencias a la dictadura. Bien lo supo el equipo de *Plan Z*, espacio humorístico del desaparecido canal Rock&Pop, que sentó precedente el año anterior al parodiar al Golpe de Estado de 1973¹⁰⁰ con su sketch “*El golpe según la derecha*”, en el que ironizaba con las circunstancias del suceso – explicándolo desde una paródica perspectiva derechista- y la peculiar transición a la democracia que se vivía en Chile tras los acuerdos efectuados entre los antes detractores del régimen, con los mismos que lo dirigían; todo lo cual le significó al canal una sanción por parte del CNTV debido a sus contenidos ofensivos¹⁰¹.

Pero al momento de lanzar el *The Clinic* no había mucho que perder, o así lo pensaban quienes estaban tras el pasquín. Quizás la mirada internacional estuviese actuando como un factor que otorgaba valor a muchos de quienes decidían manifestarse contra Pinochet aquellos días, aunque de todas maneras, sabían que se enfrentaban a una sociedad tan pacata y cerrada donde “*hasta la cosa más pequeña sonaba como un acto terrorista*”¹⁰².

¹⁰⁰ En este no solo se parodiaba a las figuras de Pinochet y Allende, también se mostraba la supuesta “verdad” de la serie de sucesos que desembocaron en el golpe, la realidad de los días de dictadura y el juego político entre derecha y concertación en los días de democracia transicional.

¹⁰¹ Human Rights Watch. *Crossing the Line: Plan Z en Limits of Tolerance: Freedom of Expression and the Public Debate in Chile. Noviembre de 1998, p. 155-160.*

¹⁰² Fernández Chadwick, Patricio. Entrevista personal. 7 de abril de 2015.

Así, el primer número fue un completo festín del absurdo, volcando el escenario político del momento en pseudo-noticias hechas a base de declaraciones descontextualizadas, y espacios desde los que lanzaban “palos” a diestra y siniestra, y que parodiaban secciones presentes en medios convencionales: “Análisis Político”, “Vida Social”, “Estilo” y “Noticias caídas de internet”.

El primero de ellos exhibe las que pretenden ser notas informativas sobre varios hechos relacionados a la reciente detención del ex general. Encabeza la sección la irónica *“Razón y misión del servicio público”*, texto que ahonda, sarcásticamente, en el gran sacrificio que harían los diplomáticos de la embajada de Chile en Gran Bretaña, de los cuáles el embajador Mario Artaza habría sido el primer caído, siendo *“víctima de un violento acceso de tos, acompañado de espasmos y convulsiones, mientras intentaba explicar las particularidades de la transición chilena a un nutrido grupo de periodistas británicos”*¹⁰³. La nota agrega que además tendría un *“violento acceso”*¹⁰⁴ *de labio leporino* adquirido por estar en constante contacto con *“materias fecales o en descomposición”*, una probable referencia a la cercanía y consideraciones que tenían con el detenido. Pero había más para el diplomático, pues otra nota titula *“Embajador Artaza: todos los parlamentarios son iguales, pero hay*

¹⁰³ The Clinic N°1, 23 de noviembre de 1998.

¹⁰⁴ Se desconoce la razón del uso del término “acceso”, si fue un error al querer decir “absceso” o si fue intencionado. Es común el uso de palabras mal escritas que suenan graciosas o que hacen alusiones que solo se pueden entender en contexto y que a veces dificultan la lectura a distancia temporal.

algunos que son más iguales que otros”, haciendo una clara referencia a un doble estándar en el aludido:

“Tras negarle a los parlamentarios socialistas los salones de la Embajada Chilena en Londres, el embajador Artaza explicó que todo había sido un mal entendido. ‘Mire, la Embajada está abierta para todos, especialmente para los senadores de derecha, que por algo tienen mayoría constitucional e institucional y son gente que siempre viaja y sabe idiomas. Les señalé a los socialistas que al frente de la embajada hay un pub muy bueno, con precios asequibles”.¹⁰⁵

Por su parte, “Noticias caídas de internet” “informa” que “*Le estalla ceja a senador*” -en alusión a la ira del senador Hernán Larraín-, “*Arrate carraspea tres veces*” y “*Pinochet baja otros ocho kilos*”. Un fragmento de esta última relata:

*“Los últimos días había recuperado 12, pero la semana anterior bajó 14, con lo cual queda en 10 kilos menos (...) El senador Pérez Walker, que estuvo unos instantes en la habitación del vitalicio, bajó instantáneamente 7 kilos tras hablar con él (...) En tanto, en Santiago, se conocieron los datos globales de la huelga de hambre que sostuviera durante dos días el diputado Iván Moreira: bajo 16 gramos”*¹⁰⁶.

La falsa noticia se mofa de los alarmistas comentarios sobre la salud de Pinochet, como los expresados por el senador RN Ignacio Pérez Walker, quien manifestara días antes al diario *La Segunda* que el anciano ex militar se encontraba desanimado como para comer, ingiriendo “*apenas media taza de té y una galleta*”, a pesar de las presiones de su familia. “*Ha perdido unos 15 kilos. Lo vi en bata e, indudablemente, es una persona que ha perdido mucho*

¹⁰⁵ The Clinic, N° 1, 23 de noviembre de 1998.

¹⁰⁶ *Ibid.*

peso”¹⁰⁷. Además, también alude a la fugaz huelga de hambre que anunciara por esos mismos días –casi entre lágrimas- Iván Moreira, como “*un desesperado intento por darle el apoyo a quien está abandonado y secuestrado a la suerte de intereses y cálculos políticos de potencias extranjeras. Porque lo quiero, porque lo siento en mi corazón*”¹⁰⁸.

Por su parte, “Vida Social” y “Estilo”, eran una clara emulación de segmentos de farándula abc1, clásicos en publicaciones dirigidas a públicos acomodados, como el caso de El Mercurio o la revista Cosas. “*Chilenos en Londres: una emocionante temporada de viajes y estadías en Londres han pasado algunos de nuestros compatriotas*” titula Vida Social, mostrando particulares imágenes de las personalidades políticas que habían tenido algún rol en el escenario de la detención de Pinochet. “*La diputada María Angélica Cristi y una amiga aprovechan de comprarse unos bonitos abrigos en Harrold’s*” (fig. 12) o “*El Senador Chadwick explica algunos de sus puntos de vista ante la autoridad local*” (fig. 13) son solo algunas de las absurdas leyendas que acompañan las fotografías, cuya elección resulta particularmente divertida, puesto que no solo no se trata de los aludidos, sino que son personas especialmente distantes del perfil de los políticos mencionados, en este caso, imágenes de aborígenes.

¹⁰⁷ Salinas, Luis. *Op. Cit.*, p. 16.

¹⁰⁸ Gómez, Alberto (Usuario Youtube). *Iván Moreira y su “Huelga de hambre” por Pinochet*. Noviembre de 1998, subido el 16 de agosto de 2013. Video disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=mzH5i-pQeuw> Acceso el 7/5/2015



Fig.12 La diputada Cristi y su amiga



Fig. 13 Senador Chadwick

En tanto, la sección “Estilo” entrega enriquecedores datos sobre cómo conservar la salud de los gomeros, de la mano de Mary Rose –una alusión a la conocida *socialité* Mary Rose McGill-, quien se dedica a ponerle música clásica a sus plantas mientras el resto del mundo se dedica a perder el tiempo en lo que ella califica como “estériles y bochornosas rencillas”.

Llama la atención un peculiar rincón de servicio de utilidad pública: *“Empleada puertas adentro busca empleada puertas adentro, limpia, honesta”* y *“Pobladora pide que le ayuden a encontrar su mascota: es un quiltro de mirada visca”*. Junto a este aviso aparece un tranquilizador titular indicando que *“descuentos de sueldo en los profesores no afectará a senadores”*.

Un aspecto interesante de destacar es que casi todo el contenido del pasquín son inventos, que toman ciertos elementos de la realidad y los distorsionan para mostrar puntos de vista a través del humor. Sin embargo, hay

dos casos que no cumplen esto. El primero, “Lo dijo Hasbún”, comparte el fragmento de una prédica del sacerdote pinochetista Raúl Hasbún, quien por esos años gozaba de tribuna en distintos medios para hacer gala del mayor conservadurismo y ofrecer análisis que hoy parecerían insólitos. En este caso, en una columna de *El Mercurio* llamaba a orar a Dios para que liberase al mundo de los socialistas:

*“Una razón decisiva explica esta perversidad y malignidad de los socialistas:(...) desechan toda revelación y todo el orden sobrenatural, y hacen derivar la autoridad no de Dios, sino de la multitud popular que se da leyes a su antojo! (...)”*¹⁰⁹.

El segundo elemento no editado es una pequeña columna escrita por el entonces diputado Nelson Ávila, titulada “Ávila con todo al aire” –es probable que el insinuante título sea de autoría del equipo-:

*“La única manera de que Pinochet redima todos sus pecados es confesándose con el cura Hasbún (...) El octogenario ícono viviente de la derecha rasgó el velo que cubría nuestras miserias. Desde luego nos dejó como tigres de la globalización financiera y despavoridos ratones en materia de derechos humanos”*¹¹⁰.

Finalmente, un elemento imposible de omitir, y que quizás resume el mensaje de este primer pasquín: una imagen que ocupa toda una página de las escasas cuatro que lo componen, y que muestra a un hombre contorsionado

¹⁰⁹ Hasbún, Raúl, prédica en diario *El Mercurio* del 8 de noviembre de 1998, re-publicada en *The Clinic*, N°1, 23 de noviembre de 1998.

¹¹⁰ *The Clinic* N°1, 23 de noviembre de 1998.

junto a la leyenda: “*La transición chilena va por buen camino*”. La expresión gráfica de un Chile en una clínica.



Fig. 14 No requiere explicación

2.4 Del 2 al 8: un caos creativo y el dedo de la discordia

Si bien prácticamente todo el contenido del pasquín inaugural tiene carácter cómico, lo cierto es que se pueden desprender varios mensajes serios a partir de un ejercicio interpretativo. En primer lugar, se vivía un ambiente de declaraciones caóticas donde la derecha se victimizaba y demandaba por un respeto que jamás cultivó; segundo, la Concertación se preocupaba más de cuestiones institucionales que de la justicia y reparación por la que había prometido trabajar y en tercer lugar, había un sector de la sociedad que vivía de regar romeros como la elegante Mary Rose, expresión de la falta de empatía e individualismo que parecían haberse instalado en la época, sobre todo a partir

de una satisfacción anclada en los “logros” económicos cosechados por la dictadura. Son estos tres mensajes los que también cruzarán casi todas las creaciones de los siguientes siete números, cada vez más variopintas y con toques misceláneos conforme avanzan las ediciones, las que se abren a una narrativa no convencional y experimentan con secciones que se valen de múltiples recursos lúdicos para reflejar no solo una ideología sino que el esbozo de un estilo editorial.

De hecho, a partir del tercer número surge lo que parece ser un bosquejo de la arquetípica sección “editorial”, que aunque no se explicita como tal, sus características le permiten calificar como una. La página 3 –ubicación convencional del formato- da espacio a una nota pequeña, de carácter expositivo, sin firma, y que versa sobre cuestiones relativas a la contingencia política, que de uno u otro modo, aterrizan en la figura de Pinochet, como la titulada “Contraprincipio” de la edición N°6, posterior a que se hiciera público que la resolución de la extradición a Pinochet quedaría pendiente para marzo:

“Los pinochetistas se apresuran a dar la cara nacional o internacionalmente por sus recetas económicas, pero se les nota bastante más reacios a explicar el listado de víctimas que quedó tras su gestión. Toda la retórica de la derecha durante el último cuarto de siglo, y ahora la defensa del senador en Londres, se basan en el contraprincipio de que Pinochet está por encima de cualquier ley nacional o internacional, y que por lo tanto no está obligado a hablar de esos desagradables asuntos. Él solo responde ante Dios o ante la historia (...)”¹¹¹.

¹¹¹ *The Clinic* N°6, 26 de febrero de 1999.

Cabe destacar que no es hasta la edición N°7 que se explicitan los autores del pasquín –de los cuales en realidad aparecen solo el nombre de Patricio Fernández, como director; Juan Guillermo Tejeda, como editor; Pablo Azócar y Paola Lagos como colaboradores, y el resto, solo iniciales y seudónimos.

Un punto relevante es que en esta etapa se instaló una sección que sería parte fundamental del sello del medio hasta el día de hoy: los titulares falsos, que ocupan toda la plana al reverso de la portada y que posteriormente pasarían a ocupar incluso dos páginas completas. Si bien el primer *The Clinic* tenía un par de notas falsas, en los números posteriores el número de noticias será cada vez mayor, y las mismas serán más cortas, quedando prácticamente en títulos y bajada, o antetítulo y título, mezclándose estas con imágenes aleatorias, la mayoría de ellas con connotación sexual y que en ocasiones tienen globos de diálogo -como si se tratase de viñetas-, o poseen leyendas burlescas al pie. Algunos de sus personajes recurrentes son Augusto Pinochet, Ricardo Lagos, Andrés Zaldivar, el sacerdote Raúl Hasbún, Jaime Guzmán, Lucía Hiriart, Patricia Maldonado, entre otros, y al igual que en el primer número, las noticias se centran en la gama de hechos relacionados a la detención del ex dictador y su círculo más cercano, sus adherentes y detractores, cuñas descontextualizadas para efectos de volverlas absurdas e incluso se utiliza como recurso creativo las referencias a defectos físicos, cuestiones del ámbito privado o a antecedentes de conocimiento público de los

involucrados, aun cuando no se trate de elementos directamente relacionados con el foco contingente.

En cualquier caso, es frecuente la aparición de noticias falsas en cualquier sector de la publicación, sin seguir patrones fijos. No obstante, como se mencionó antes, todo el humor de estas notas se mueve en temas-eje reconocibles, siendo común el juego con el estigma que pesa sobre la derecha y sus insólitos discursos:

“Jóvenes de la Udi aclaran:

‘No somos nazis, solo tenemos ideas nazis’

En conferencia de prensa la juventud gremialista especificó que entre Pablo Longueira y Adolfo Hitler hay una gran diferencia: “Mientras uno es alemán, el otro es chileno”. A continuación mostraron cómo el diseño de sus símbolos difiere de manera radical. La cosa llegó a mayores cuando uno de los miembros de la directiva, José María Leal Pacheco, quiso mostrar su circuncisión. Fue llevado por el resto de la directiva a un salón contiguo. Hasta ahora desconocen su paradero”¹¹².

El doble estándar concertacionista es otro de los tópicos: *“Acariciado por la derecha, añorado por la izquierda: Insulza, hombre del año”¹¹³*. El título hace referencia a la polémica en torno a las palabras del entonces Canciller José Miguel Insulza, quien en respuesta a los cuestionamientos por su excesivo interés en traer a Pinochet a Chile a toda costa había señalado: *“Defiendo al*

¹¹² *The Clinic* N°3, 29 de diciembre de 1998

¹¹³ *Ibíd.*

*senador, no al ex dictador*¹¹⁴. En la misma página, junto a la noticia antes referida, se observa otra alusión a la cita, con la imagen de una mujer asiática en pose sensual cuyo globo de diálogo reza “*The Clinic defiende personas, no principios*”¹¹⁵. Es más, los chistes en torno a esta frase se repiten en múltiples ocasiones, como en la edición N°6 que informa: “*Insulza engolosinado con vicepresidencia de 12 horas: ‘Me gustó, quiero más’, confiesa a sus amigos. Todos los cuales son principios y no personas*”¹¹⁶.

Otra táctica clásica es parodiar los clásicos desentendimientos o explicaciones de Pinochet y sus cercanos, como la nota que titula “*Declara el general Pinochet: No eran Marxistas, sino Marxianos*”¹¹⁷, para contar que este habría señalado que los detenidos desaparecidos en realidad habían sido abducidos por extraterrestres; o, “*Gendarmería declara respecto de los presos políticos: ‘Los golpeamos por su propio bien, torturarlos... ¡jamás!’ El gas lacrimógeno es para que aprendan a sentir. Las patadas, para ablandar sus corazones. Los hundimos en el agua para lavar sus culpas. Y más encima se quejan, los perlas*”¹¹⁸.

Es necesario destacar que algunos espacios presentes en el primer número continúan, como las secciones “*Lo dijo Hasbún*” y “*Estilo*”. Esta última sigue

¹¹⁴ Relea, Francesc. *Una Clase Política Desgarrada Por "Razones De Estado"*. Diario El País, 2 de noviembre de 1998. Disponible en http://elpais.com/diario/1998/11/02/internacional/909961207_850215.html. Acceso el 30/4/2015

¹¹⁵ The Clinic N°3, 29 de diciembre de 1998.

¹¹⁶ The Clinic N°6, 8 de marzo de 1999.

¹¹⁷ The Clinic N°5, 6 de febrero de 1999.

¹¹⁸ The Clinic N°6, 8 de marzo de 1999.

dando lugar a debates superfluos como las cualidades del cabello del animador Antonio Vodanovic¹¹⁹ o las anecdóticas coincidencias en la vida de dos primeras damas, la chilena Marta Larraechea y la norteamericana Hillary Clinton¹²⁰.

Por otra parte, una novedad de este periodo es “*El mundo contra Chile*”, cuyo nombre permite presumir una alusión a la actitud defensiva de la clase política nacional frente a las críticas de la comunidad internacional por la forma en que llevara el caso Pinochet, y que emula el espacio de noticias internacionales de los medios convencionales, pero contando noticias que gran parte de las veces son peculiares, insólitas o absurdas; no obstante, aunque se trate de informaciones reales¹²¹, se suele agregar párrafos en que inventan alguna conexión con la contingencia chilena de modo burlesco, como en “Antropófago”:

“Dorangel José Vargas Gómez, un mendigo venezolano, fue arrestado tras encontrarse dos cabezas humanas en la cueva en que habitaba. Vargas dijo que llevaba ‘como dos años comiendo gente. No soy nuevo. Por necesidad es que estoy en esta vaina’. Antiguamente internado en un psiquiátrico, el hombre aclaró que no almorzaba mujeres, ya que ellas ‘no se meten con nadie’. A los que le negaban una moneda les advertía ‘cuidado, que ya me he comido a dos’. En declaraciones a nuestro diario, dijo que se comería encantado al presidente Chávez, ‘no así a Pinochet, por ponzoñoso, ni a Frei, por insípido’”¹²².

¹¹⁹ *The Clinic* N°5, 6 de febrero de 1999.

¹²⁰ *The Clinic* N°7, 29 de marzo de 1999.

¹²¹ Se ha buscado en internet algunas de las mencionadas, como el caso citado y, aunque no se puede constatar su total veracidad, se presumen ciertas y difundidas por varios medios de la época.

¹²² *The Clinic* N°6, 8 de marzo de 1999.

Cabe destacar que entre los números 2 y 8 no todo es invención o chiste. El aumento de páginas -de las 4 del primer número, las 6 del segundo, a las 8 que tendría del tercero al octavo-, permitió publicar textos periodísticos. Eso sí, buena parte son tomados de medios internacionales, siendo generalmente escritos de opinión o entrevistas con reflexiones de intelectuales y actores del mundo político sobre a Pinochet, y por medio de los cuáles *The Clinic* va ilustrando sus ideas. Tal es el caso de la entrevista realizada por el diario inglés *The Guardian* a Joan Garcés, “*El abogado que no quiso olvidar*”¹²³, o la columna “¡Viva Chile, mierda!”, del escritor mexicano Carlos Fuentes, publicada en el diario español *El País*:

*“Los argumentos que defienden a Pinochet carecen de base. La norma del common law inglés que perdona los crímenes cometidos por un jefe de Estado en funciones se remonta a los asesinatos de los principitos por Ricardo III en la Torre de Londres y a la decapitación sumaria de esposas indeseables por Enrique VIII. La Cámara de los Lores dará su parecer sobre tan extravagante razonamiento (...) De aceptarse tan excéntrico criterio, Hitler, él sí, electo democráticamente por abrumadora mayoría como canciller del Reich 1933, sería inocente del genocidio perpetrado contra judíos, católicos, comunistas, gitanos, homosexuales y eslavos, y hubiese podido pasar sus últimos años, tranquilamente en Paraguay, o, por qué no, tomando el té con lady Thatcher en Londres”*¹²⁴.

No obstante, en este periodo se comienza a desarrollar lo que será un clásico de *The Clinic*: sus híbridos entre columna, crónica, entrevistas y quién sabe qué más. Así, se observan textos misceláneos, que al igual como sucede con las noticias falsas, se ubican en lugares aleatorios y sin cumplir

¹²³ *The Guardian*, 2 de febrero de 1999. Re-publicado en *The Clinic* N°6, 8 de marzo de 1999.

¹²⁴ *The Clinic* N°3, 29 de diciembre de 1998.

estrictamente con las formas comunes, como “*La Felicidad*”¹²⁵, que define personajes como el “*cesante feliz*” y el “*deprimido feliz*”, o la desenfadada “*Dime cómo hablas, te diré cómo chupas*”, que destaca por ser una de las primeras manifestaciones de la relación que el medio tendrá con lo sexual a lo largo de su existencia, marcado profundamente por la participación de la pluma de Enrique Symns. Hay que recalcar que existe una columna fija, junto a lo que se cree, es el editorial. En ella en cada número se reflexiona sobre un tema aleatorio –aunque se suele terminar conectando con lo político- con un estilo altamente narrativo y se acompaña de una foto que no tiene relación directa con lo hablado –una tónica del pasquín-, como “*La siutiquería como arma política*”¹²⁶, firmada por *Charly Bomb*.

En cuanto a las entrevistas, si bien la mayoría son tomadas de otros medios o son falsas -como la “*Entrevista a Dios*”¹²⁷ –, en el número 8 aparece la primera de autoría de *The Clinic*. “*Por la boca muere el pez*”, trabajo de la periodista Paola Lagos, y que tenía como protagonista era Patricia Maldonado, cantante y acérrima defensora de Pinochet. Es importante tener presente este material, ya que tanto la elección del personaje –y su complejidad, considerando las premisas ideológicas esbozadas- como la estructura de la misma, muestran la pauta que seguirán las entrevistas de *The Clinic* en los años posteriores: un estilo de escritura libre, con todo tipo de personajes y una

¹²⁵ *The Clinic* N°6, 8 de marzo de 1999.

¹²⁶ *Ibid.*

¹²⁷ *The Clinic* N°5, 6 de febrero de 1999.

censura mínima en temas y expresiones, lo que, por cierto, da espacio para todo tipo de declaraciones:

“Yo no tengo por qué estar en una posición, marcando en una derecha a la que yo no correspondo. Yo no tengo nada que ver con la derecha, yo no soy de derecha, no soy derechista...Yo soy pinochetista. AMO A PINOCHET”¹²⁸.

Como se ha apuntado antes, los tipos de imagen y su uso es otro de los aspectos notables de esta primera etapa. En las publicaciones convencionales, las imágenes tienen un poder referencial trascendental al complementar la información proporcionada, o reafirmar su credibilidad. Incluso tratándose de chistes, la asociación que permiten hacer al traer al presente las características susceptibles de mofa que tienen las víctimas, aporta en buena medida el efecto cómico. Sin embargo, en esta fase muy pocas son fotografías de los personajes de los cuales se habla o de las situaciones que se retratan o ridiculizan. En muchas ocasiones se ponen sin mayor razón, salvo añadirles algún mensaje o por un simple y aparente afán de provocar.

Fernández señala que dichas imágenes eran “robadas” –recortes de revistas-para suplir la falta de imágenes de los reales aludidos. Pero esta carencia, lejos de ser una desventaja, parece haber tenido un resultado positivo en el tono humorístico del pasquín; los individuos anónimos que aparecen causan un efecto gracioso al tratarse de personas de un perfil estético y social

¹²⁸ *The Clinic* N°8, jueves 29 de abril de 1999, p.4. *Entrevista a Patricia Maldonado: Por la boca muere el pez*. Firmada por Paola Lagos.

distante al de los aludidos, como el ver a una diputada de clase alta representada mediante la foto de una mujer indígena en taparrabos. De este efecto cómico se nutrieron secciones como *Vida Social*, que jugaba a mostrar personajes aleatorios como bailarinas, actores, prostitutas, indígenas, monjas, gitanos, entre otros individuos con roles peculiares o pertenecientes a grupos marginalizados, algunos en posturas e instancias curiosas o incómodas – fotografías aparentemente antiguas-, señalándolas como ciertas personalidades públicas. “*Seis altas ejecutivas de Codelco luchan por seguir desempeñando sus funciones. Solo hay trabajo para cuatro de ellas*”¹²⁹, reza la leyenda de la imagen de seis mujeres de cabaret en poses provocativas o, “*Listo para la pelea está Zaldívar después de haber hecho sus ejercicios vacacionales*”¹³⁰, se lee junto a la foto de un fisicoculturista de muy baja estatura.

Lo cierto es que los primeros números daban para incluir literalmente cualquier cosa. El “Horóscopo 1999”, con predicciones para personajes de la política y la farándula¹³¹; ranking de libros inventados, con títulos como “Nada”, de Eduardo Frei, de “Ediciones Algo”: “*sencillo de leer, para todas aquellas personas que no teniendo nada en la cabeza prefieren permanecer así*”¹³²; falsa publicidad como las ofertas de “El Palacio del Genocida” (fig.15) o, por ejemplo, un bolero:

¹²⁹ *The Clinic* N°6, 8 de marzo de 1999.

¹³⁰ *Ibíd.*

¹³¹ *The Clinic* N°4, 16 de enero de 1999.

¹³² *The Clinic* N°5, 6 de febrero de 1999.

“Bolero

*Y tú que te creías
El rey de todo el mundo
Y tú que nunca fuiste
Capaz de perdonar
Y cruel y despiadado
De todo te reías
Hoy imploras cariño
Aunque sea por piedad
A dónde está tu orgullo
A dónde está el coraje
porque hoy estás vencido
mendigas caridad
Verás que no es lo mismo
Amar que ser amado
hoy que estás acabado
qué lástima me das (...)*¹³³.



Fig. 15 El avisaje falso fue una tónica durante los primeros años

Todas las expresiones anteriormente descritas tienen un carácter orientador del rumbo que comienzan a tomar los contenidos de *The Clinic*; sin embargo, no existen estructuras muy definidas y casi todo lo que aparece en un número, reaparece con variaciones en el siguiente o simplemente no aparece más.

¹³³ *The Clinic* N°4, 16 de enero de 1999.

El sostén de este caos se podría encontrar en las múltiples personalidades involucradas en el equipo, casi ninguno periodista y según ellos, ninguno con un proyecto editorial ni defensores de proyectos políticos puntuales. Era gente atrevida publicando lo que se les venía a la cabeza a partir del material que la contingencia daba y con cierto malabarismo creativo y monetario, ya que *“sentíamos que cada Clinic era el último, no había convicción de que esto continuara y se prolongara, todo se hacía sobre la marcha. Con lo que se tiene hay que hacer lo que se puede. Y ahí de pronto salta la liebre”*¹³⁴.

Esta fue la mecánica que se comenzó a desarrollar a partir de las tertulias creativas, que cada dos o tres semanas, y en medio de copas, daban vida a un *diskette* con el siguiente número; pero luego de un arrasador triunfo de Lagos en las primarias, evento perseguido en la génesis de “La Ola”, no parecía improbable un cambio en el curso de las relaciones con los mecenas socialistas. De hecho, la excusa perfecta para el corte de relaciones llegó de la mano de un chiste que hacía referencia a Lagos y su famoso “dedo” acusador (fig. 16). El dibujo mostraba el dedo con el que antes desafiara a Pinochet en televisión, dividido ahora en múltiples y complejas secciones, en una clara alusión a los intereses y lealtades entre las que se debatía el candidato, como *“extracto de ley 18.534”*, *“huella dactilar pro-Escalona (personas)”* o *“uña encarnada pro- Insulza (principios)”* –estos dos últimos ítems, una nueva referencia a los dichos de Insulza mencionados anteriormente-:

¹³⁴ Fernández Chadwick, Patricio. Entrevista personal. 7 de abril de 2015.

CAPÍTULO III

NO SOLO DE POLÍTICA VIVE EL HOMBRE: INSTALANDO UN COLLAGE PERIODÍSTICO

3.1 A idear un cuento nuevo: se arma el club de irrespetuosos

Tras el corte del financiamiento, algunos de los que estaban tras el pasquín no quisieron ver morir al *The Clinic*, la buena recepción experimentada generaba una suerte de obligación moral a continuarlo; sin embargo, ¿cómo saber si lo que funcionó en un minuto siendo gratis, iba a funcionar de igual forma siendo pagado? Y de funcionar, ¿podría agotarse la fórmula?

Es cierto que el tema de la dictadura y la figura de Pinochet están presentes en el Chile actual, y probablemente la persistencia del tópico no se disipe a corto plazo. Habiendo justicia pendiente y un sector no menor de la sociedad que sigue justificando lo sucedido en aquellos años, así como los resabios de un orden dictatorial presentes en una normativa que no se ajusta a las necesidades de una sociedad que se dice democrática, se hace difícil que se calmen los ánimos en torno este nefasto episodio de la historia. De hecho, el *The Clinic* es una clara manifestación de esto, ya que incluso en el presente las principales preocupaciones en torno al poder en el escenario político nacional,

llevan de un modo a otro a Pinochet. Personaje que, por lo demás, sigue siendo el hilo conductor de la historia de la revista al día de hoy.

Sin embargo, no se puede pretender que solo este tema sustente un medio por años. Para sostenerlo efectivamente se necesita una propuesta de contenidos pensada en un público en particular, y eso fue a lo que se orientaron Patricio Fernández y Juan Guillermo Tejeda, quienes comenzaron a pensar un *The Clinic* más profundo y con proyección en el tiempo, desde algunas semanas antes de quedarse sin el apoyo externo.

De tal manera, a la última edición financiada, le siguió un tiempo suficiente para armar lo que ellos denominaban “un cuento nuevo” a partir de lo que habían logrado presenciar durante los 8 números gratuitos del *The Clinic*. El resumen arrojaba dos hechos. Por una parte, se había comprobado que la gente no tenía una mente tan cerrada, algo que en realidad tiene mucho sentido si se mira a la historia de Chile –ojalá, no desde un enfoque particularmente oficialista-. Los límites de lo moralmente correcto que predicaban cultores del doble estándar como buena parte de los políticos y entidades como el CNTV, al parecer eran solo una chapa convenida desde los altos círculos, pero en realidad no se ajustaba a lo que parecía entretener a la gente. Por otra parte, si bien la detención del ex dictador pareció ser un buen detonante de apertura, el mero “hueveo” a Pinochet debía ser complementado con algo más: su recepción sentaba un buen precedente y era un notable aliciente para la

creación de nuevos contenidos. Personajes y temas había de sobra, y tras salir a buscarlos el contenido podría ir tomando un perfil más misceláneo, y para ello había que reunir a los indicados.

Una vez ideado el plan, comenzaron a buscar manos para concretarlo, tanto en términos creativos como monetarios. El mecenazgo se había acabado, por lo que Tejeda y Fernández se enfocaron en reclutar socios que confiaran en la viabilidad del proyecto *The Clinic*, como para atreverse a poner capital en la empresa. Los primeros en ser llamados fueron algunos de los que habían participado en los pasquines anteriores, pero quien finalmente enganchó fue un externo al grupo, el ingeniero comercial Pablo Dittborn.

Conocido de Tejeda, Dittborn venía del mundo de las editoriales, y tras vivir 20 años en Argentina contaba con cierto conocimiento de publicaciones de ese tono que se habían desarrollado con éxito, como *Súper Humor*, *Satiricón* y *Tía Vicenta*. “Había recibido en más de alguna oportunidad ejemplares de los primeros ocho, y me gustó el proyecto”, señala Dittborn, convencido de que el haber sido lector de exponentes satíricos trasandinos lo hizo “*partidario a la transgresión periodística y editorial*”¹³⁷, resultándole muy fácil sumarse al proyecto, que por esos días ni se acercaba a disponer de un equipo periodístico.

¹³⁷ Dittborn Barros, Pablo. Entrevista personal, 14 de abril de 2015.

Por su lado, Juan Guillermo Tejeda, artista visual, tenía un nutrido currículum como diseñador, pintor, fotógrafo y dibujante, siendo esta última faceta la que le valió trabajar conjuntamente con el escritor Nicanor Parra para dar vida a sus conocidos *Artefactos*. Patricio Fernández Chadwick, en tanto, venía del mundo de las letras, y no solo contaba con estudios en literatura, filosofía e historia del arte, sino que con un vasto conocimiento de las andanzas del mundo del poder, dado su parentesco con familias de relevancia en la arena política, Chadwick y Piñera, paradójicamente, íconos de derecha. Algo que, cabe mencionar, le ha valido a Fernández ser víctima de suspicacias desde los inicios.

Lamentablemente cuando todo parecía listo, disyuntivas hicieron desertar a Tejeda. Siendo solo dos los socios, estos comenzaron a reclutar colaboradores, principalmente en el círculo de quienes participaron en la primera etapa del pasquín; entre estos se contaban personajes como Pablo Azócar, Rafael Gumucio, Guillermo Hidalgo, Roberto Brodsky, y Enrique Symns. Este último se había integrado justo en el número 8 de la primera fase-, y sus influencias terminarían siendo vitales en marcar el estilo que iría consolidando *The Clinic*.

Symns, actor, escritor y periodista, venía de la escena artística bohemia de Argentina; sus años en el ambiente rockero Argentino lo habían vuelto cercano a figuras icónicas como Fito Páez y Luca Prodan. Había creado en 1983 la que se convertiría en una de las revistas más emblemáticas de la Argentina post-dictadura, *Cerdos & Peces*, publicación que quiso destapar al país trasandino

en un momento clave: la recuperación de la democracia. La legalización de la marihuana, la homosexualidad, la prostitución, la pedofilia, entre otros temas que rozaban la esfera de lo prohibido y lo oculto, fueron puestos en la palestra por Symns, logrando marcar un hito dentro del periodismo alternativo. El argentino, que llegaría al naciente medio a poner su cuota contracultural, más tarde hablaría de las complejidades del terreno chileno para su estilo periodístico, ya que *“por un lado la cultura está muy reprimida y es más fácil (destapar la cultura), pero por otro es un reto apasionante porque todo está muy silenciado”*¹³⁸. *“No éramos periodistas...éramos gente que escribía, pintaba, rockanrolleaba, que deambulada por los bares, gente que andaba metida en cosas raras. Especialmente uno de esos era Symns”*¹³⁹ señala Fernández. Y si bien Symns era, de hecho, periodista, se trataba de uno enormemente peculiar.

En tanto, el escritor y crítico literario, Rafael Gumucio, quien se había integrado al equipo de redacción al tercer número del pasquín tras volver de su viaje –el que lo obligó a marginarse de “La Ola”-, es otro de los personajes influyentes dentro del equipo editorial. Habiendo pasado parte de su infancia en el exilio en Francia, había presenciado formatos televisivos y humorísticos totalmente desconocidos para el Chile de esos tiempos, y de hecho, parte de su historial en Chile fue el haber sido parte del programa *Plan Z*, programa de humor absurdo y contestatario emitido entre los años 1996-1997 por el extinto

¹³⁸ El Mercurio de Valparaíso. *El hogar de los Parias*. 2 de Septiembre de 2000. Disponible en <http://www.mercuriovalpo.cl/site/edic/20000901201332/pags/20000901223236.html>. Acceso el 16/4/2015

¹³⁹ Fernández Chadwick, Patricio. Entrevista personal, 7 de abril de 2015.

canal *Rock&Pop* y que debe su nombre al supuesto plan autogolpista del gobierno de Salvador Allende que sirvió de justificación para el golpe militar encabezado por Pinochet en 1973. Dicho programa marcó un precedente cómico en la televisión, parodiando y criticando situaciones de la contingencia, estereotipos, prejuicios o tabúes de nuestra idiosincrasia, a partir de historias absurdas y de fuerte sentido burlesco, parte de un humor calificado por sus propios creadores como “raro”¹⁴⁰ y, por cierto, adelantado para una época cuyos espacios culturales en lo televisivo aun insistían en la fórmulas cómicas de corte familiar como *Japening con Ja* o los *sketches* de *Venga Conmigo*.

Se hace necesario ahondar en el estilo de Plan Z y su peculiaridad sarcástica, pues además de ser uno de los primeros en tocar el tema de la dictadura y la transición de manera burlesca con *El Golpe según la Derecha*, lanzó numerosos *sketchs* -en dicho momento incomprensidos, hoy de culto-, como *Instituto Aplaplac*, una burda institución educativa ficticia que aseguraba el éxito de sus alumnos con una oferta de carreras de dudosa reputación; *Vendo a mi Madre*, que explicita de la mejor manera como todo hoy tiene precio, al estilo de los espacios de venta por TV, y *Mapuches Millonarios*, que ironiza con la imagen y status de los indígenas en Chile, mostrándolos como personas acaudaladas y que ejercen abuso de poder contra “los blancos” –cosa que, claramente, es lo contrario a lo acontecido por años-.

¹⁴⁰ Gumucio Araya, Rafael. Entrevista personal. 16 de abril de 2015.

La relevancia de *Plan Z* para el rumbo que irá tomando *The Clinic*, está dada no solo por la participación de Gumucio, sino porque este cumplió un rol fundamental al ir integrando, poco a poco, a las mentes tras el desaparecido programa televisivo en el equipo del medio satírico. Lo que implicó, a la larga, una profunda sintonía entre ambos exponentes en términos no solo de irreverencia, sino que del cultivo de lo absurdo:

“Cuando me incorporé pensé inmediatamente en Álvaro (Díaz), en Ángel (Carcavilla) para que se hicieran parte del proyecto (...) el periódico era un trabajo pero también era diversión, porque nos emborrachábamos, había noches de juerga, y el Ángel se incorporó rápidamente a esa estrategia”¹⁴¹.

Gumucio cuenta que su primer intento de reclutar a los ex *Plan Z* lo hizo en la fase gratuita del pasquín, logrando que a regañadientes –excepto Carcavilla– crearan una nota con predicciones de año nuevo. Este grupo llevaba bastante tiempo de conocerse y trabajar juntos, y su reticencia a unirse al nuevo medio se habría motivado en los temores de que les se pudiera vincular políticamente al proyecto de *La Ola*, idea que les causaba rechazo. Sin embargo, con el paso del tiempo y tras la desvinculación de *The Clinic* de los círculos laguistas, a Carcavilla se sumaron activamente Álvaro Díaz y Pedro Peirano, quienes llegarían a tener una sólida participación por varios años. Con todo, Gumucio es claro en señalar que si bien existe una fuerte presencia de la impronta de *Plan Z* en *The Clinic*, y una gran afinidad entre ambas ideas, la publicación, por un

¹⁴¹ *Ibid.*

tema tanto de estilo como de lenguaje, desde sus inicios cultivó un tono más popular que *Plan Z*:

*“Éramos un programa de cabros cuicos que hacen chistes y no pretendíamos ser otra cosa. En cambio, The Clinic, por su impicancia y lo que queríamos lograr, influir en las noticias de otros lados, usando el estilo del Clarín, el Puro Chile, está mucho más cerca del lenguaje popular, callejero, más a garabatos y chistes verdes. Plan Z era un programa elitista, además de tener puro humor. Esto (The Clinic) también tenía columnas y debates”*¹⁴².

En la generación de la impronta de la revista, es necesario destacar las colaboraciones de figuras insignes como el reconocido escritor Pedro Lemebel, la escritura aguda del poeta y artista Claudio Bertoni, el ingenio humorístico de Pablo Araujo e incluso algunas intervenciones del escritor Nicanor Parra, quien el propio Fernández asegura ha sido una gran inspiración para el medio, al no dejarse atrapar por lugares comunes y por ser alguien movido por *“la duda permanente y la búsqueda de la otra cara de la moneda”*. Además, considera que Parra, al igual que la revista, *“así como a algunos los vuelve loco de irritación, a otros les encanta”*¹⁴³.

Otro aspecto importante en el proceso de conformación y estabilización de un equipo de trabajo, conforme fueron pasando los años, fue el progresivo aumento de periodistas, algo que tuvo directa relación con las intenciones del grupo original de ir reinventando el entonces quincenario para agregarle una faceta más investigativa sin dejar el tono irreverente y absurdo fundacional. De

¹⁴² Ibid.

¹⁴³ Fernández Chadwick, Patricio. Entrevista personal. 7 de abril de 2015.

esta forma comenzaron a aparecer nombres que se volverían de gran relevancia en su larga historia, como Andrea Lagos, Juan Cristóbal Guarello, Pamela Jiles, Juan Andrés Guzmán, Pablo Vergara, Tania Tamayo, Lorena Penjean, entre otros.

Cabe agregar un aspecto curioso revelado por Rafael Gumucio, quien asegura que el medio nunca termina de armarse completamente. Incluso hoy, donde gran parte del equipo ya no incluye a los anteriormente mencionados y aunque el propio Gumucio ya no forma parte del equipo regular, *The Clinic* sería una especie de salvataje para el círculo periodístico cercano a la historia del medio. “*Ha servido mucho en estos años cuando un gallo está cesante...si lleva mucho sin pega, cae a trabajar en el The Clinic de Ileno*”¹⁴⁴.

Así, sumando ideas desde los rincones más variopintos, con entradas y salidas de personajes –en algunos casos en episodios no exentos de polémica– y siguiendo la tónica de lo que ya se había hecho en la primera etapa, en *The Clinic* comenzaron a plasmarse nuevas expresiones que poco a poco fueron transformándose ya no solo en una sátira al poder, sino que en una sátira de la sociedad misma.

¹⁴⁴ Gumucio Araya, Rafael. Entrevista personal. 16 de abril de 2015.

3.2 En la búsqueda de la consistencia

Al momento de dar vida a lo planeado en la suerte de hiato ocurrido entre el fin de la etapa financiada y el inicio de la autogestionada, se tenían infinitas ideas a coordinar. Lo variopinto del equipo de los primeros números dio la posibilidad de ir armando una especie de *Frankenstein* creativo, donde los retazos de todo tipo de producciones daban vida a la revista; no obstante, y sin olvidar el eje político de la revista, se quiso ir abriendo espacios para otros lugares e historias, los que poco a poco comenzaron a definir un concepto editorial que rebasaba los meros límites de las andanzas del poder. El resultado de dicha decisión fue una primera generación de contenidos pioneros en marcar una inflexión en términos de lo que la gente entendía como espacios separados del periodismo y del humor, y que, aun cuando ya no se puedan hallar en la revista tal cual como fueron concebidos –es más, algunos desaparecieron completamente-, dejaron su huella transgresora.

Hay que ser enfáticos: gran parte de los ejemplos que se exhiben a continuación están referidos en gran parte a los primeros cinco años de la revista, con especial énfasis en los primeros dos. Sin embargo, no podía ser sino esta etapa la que marca una pauta para lo que será el desarrollo de la siguiente década del medio y para lo que es, de hecho la propuesta de *The Clinic* contemporáneo. Muchas secciones fueron luego reemplazadas por otras, sobre todo a medida que contenidos periodísticos de mayor extensión fueron

ganando más espacio, y también por las renovaciones de contenido y de equipo que todo medio sufre –en diverso grado, claro está- tras largos periodos de funcionamiento.

En cualquier caso, es importante entender que varias de las secciones simplemente cumplieron su ciclo: no se puede ser novedad por siempre. Otras, en cambio, se han mantenido hasta el día de hoy o, en muchos casos, sus contenidos fueron volcándose en secciones nuevas que tenían toques diferentes, pero que básicamente, apuntaban a lo mismo que las originales.

3.2.1 “Vamos ordenándonos”: Lo híbrido como formato

Suele llevar esfuerzo imaginar espacios cuyo entramado narrativo compatibilice humor y seriedad, sin que el resultado se vea como la unión de agua y aceite. Se acepta normalmente que los medios serios den espacio al humor en viñetas cómicas o columnas de opinión, pero pareciera que cuando lo cómico intenta tomarse una proporción mayor de estos espacios convenidos, azota una sensación de liviandad, sobre todo tratándose de una revista cruzada por recursos humorísticos que le han hecho cargar con rótulos como “desfachatado”, “grosero” y “sexual”, que al menos en Chile, a ratos equivalen a estigma.

En este sentido, la clave de *The Clinic* para ir dando profundidad e integralidad a su propuesta no fue desconocer sus orígenes o desentenderse de los códigos humorísticos con los que fue lanzado y que, por cierto, los volvieron objeto de prejuicio de muchos. Por el contrario, la nueva etapa de la revista evidencia cómo se comenzó a tomar lo eficaz de las estructuras tradicionales, para adaptarlas a sus necesidades, distribuyendo en nuevos espacios y formas la masa algo caótica cultivada en los primeros ocho números del pasquín.

De esta manera se fue gestando una revista más completa, que exhibe un trabajo ya no solo humorístico sino que también periodístico, y que se permite usar los formatos convencionales de los medios escritos, aunque con una versión propia de los mismos – híbridos difíciles de clasificar por cuanto son una mixtura de formas de escribir-, ajustados a una particular forma de abordar la contingencia desde una perspectiva jocosa e incisiva. Entrevistas que hacen guiños a crónicas, crónicas que parecen columnas, opiniones presentadas en poemas o cartas de lectores que parecen editoriales y reportajes que mezclan todo lo anterior, con ingenio y diversos grados de mordacidad tanto en temas livianos como en los serios.

Es así como el editorial, por ejemplo, puede estar referido a los más diversos temas. Siempre con el nexo hacia la actualidad, pero sin escatimar en hacer referencias a anécdotas o lanzar chistes entre líneas. Por lo demás, esta

sección que clásicamente no viene firmada, desde que la revista funcionó como un medio formal, siempre ha venido con el nombre del director de turno. Es más, según Fernández, en alguna ocasión consideró que era “buena idea” pasarle este segmento a otros para que se expresaran en un espacio más potente; esto terminó con una opinión de un lector que había sido enviada a cartas al director, figurando como el editorial de dicha ocasión.

Por otro lado, se puede encontrar que no existen notas informativas propiamente tales. En esto tiene mucha incidencia la inmediatez que requieren las mismas, algo a lo que por la periodicidad del medio es imposible responder, ya que hay que recordar que *The Clinic* partió siendo un quincenario y actualmente es un semanario. Sin embargo, si se quiere, se puede hacer una reinterpretación de la suerte de “diario mural” con noticias falsas al reverso de la portada -que se ha descrito anteriormente- y que en cierto modo entregan claves de los temas de la semana, aunque con cierto grado de distorsión para efectos de hacerlos cómicos. En otras palabras, se podría presumir lo que pasó o está pasando tal semana tras la lectura de los mismos.

Las entrevistas, por su parte, están presentes también, aunque los personajes clave muchas veces distan de lo convencional, o en ocasiones, son figuras públicas puestas en otra faceta o mezclándolas con la arista por todos conocida-. Así, una entrevista bien puede partir con una introducción burlesca para luego saltar sin problemas a la arena sentimental y ahondar en la

sensibilidad de los involucrados, y terminar profundizando en un tema de interés nacional; todo esto sin necesidad de perder el trasfondo serio del texto periodístico general. En los comienzos algunas de estas fueron inventadas o tomadas de otros medios, aunque con el tiempo comenzaron a ser trabajos propios. Sin perjuicio de lo anterior, dado que muchas veces involucran un lenguaje subido de tono o intervenciones que salen del protocolo, queda la duda de si lo que se leyó era o no real; la costumbre obliga a pensar a que se está frente a bromas.

Del mismo modo, las columnas de opinión –que *per sé* son secciones que gozan de subjetividad- hacen gala de la máxima amplitud de temas, con un lenguaje muy permisivo y un tono contestatario, dando espacio para impropiedades la expresión de posturas que podrían considerarse extremas o incluso impropias. Muchas veces mezclan opinión, con crónica, fragmentos de entrevista, entre otros, generando textos de curiosa estructura, que muchas veces terminan asemejándose a crónicas literarias de estilo libre que hablan de todos los temas usando el más variado lenguaje. Es más, es tal la peculiaridad que se aprecia, que las columnas que suelen hablar de temas ajenos al medio mismo, en el *The Clinic* se han encargado de auto-criticarse, haciendo así un ejercicio iconoclasta consigo mismo.

Un elemento especialmente llamativo lo constituyen los suplementos. Estos, que suelen ser apartados de medios escritos de mayor extensión, adjuntos al

cuerpo principal y centrados en temáticas especiales, en el caso de *The Clinic* configuran una suerte de mini-estructura en el sector central de la revista –no un cuerpo aparte-. Los suplementos, no solo fueron un espacio de desarrollo de temas alternativos –algo que se ahondará más adelante-, sino que una expresión muy importante de parodia, algo apreciable en el guiño presente en sus nombres -*El Mercurulo* (Diario *El Mercurio*), *El Metroporelano* (Diario *El Metropolitano*), *Qué Paja* (Revista *Qué Pasa*), *La Sorrunda* (Diario *La Segunda*), *Artes y Tetas* (referencia al cuerpo del diario *El Mercurio*, *Artes y Letras*) e incluso, *The Clinic* (es fácil presumir la referencia), como en una estética acorde a esta imitación. Este singular espacio, la mayoría de las veces considera un cúmulo de entrevistas –algunas reales, otras inventadas-, y diversos artículos y reportajes asociados a un tema en particular desde su propio estilo de relato y humor, como el caso de “La Marihuana”, tratado por *El Metroporelano* de la edición N°25, o “La Locura”, de *La Sorrunda* del N°40.

Como puede apreciarse, parece ser que una de las bases del ejercicio de dar solidez al nuevo medio, fue contar con una serie de contenidos que, queriendo tomar fórmulas efectivas del periodismo escrito, las combinó e intentó moldearlas a sus propios fines, mediante la creación de infinitas secciones dedicadas a mezclar, a voluntad, contenidos profundos con diversos grados de humor, haciendo intervenciones que ahondarían con la misma preocupación, en los temas más álgidos en la escena pública, como los que rozan lo cotidiano y más íntimo de la idiosincrasia chilena.

3.2.2 ¿De qué hablar?: Entre el hombre que muerde al perro y el perro que muerde al hombre

Todos quienes estudiamos periodismo alguna vez oímos la clásica frase sobre lo noticioso: “*Un perro que muerde a un hombre no es noticia. Un hombre que muerde a un perro, sí*”. A simple vista, la frase tan cliché como estandarizada en el ámbito periodístico plantea dos situaciones para explicar los carriles que determinan lo relevante de ser cubierto en la prensa, y parece sensata en su idea. La del hombre mordiendo al perro es el arquetipo de lo novedoso y excepcional; en cambio, la del perro mordiendo al hombre, el de lo común y corriente. Y el problema no es que proponga una mentira, puesto que es indesmentible la excepcionalidad de lo que expone la primera frase, así como lo habitual de la segunda, el problema reside en dos cuestiones clave: primeramente asumir la peculiaridad o espectacularidad de un hecho como sinónimo de relevancia y, en segundo lugar, pretender que el término “relevancia” es posible de ser definido a cabalidad y arbitrariamente.

Y aunque esta frase, que Umberto Eco cataloga como reflejo de una “*ideología vieja*”¹⁴⁵ normalmente es aplicada para definir la clásica nota informativa, lo cierto es que ha cargado a la actividad periodística en general de una misión servil a los temas del poder y la espectacularidad, reflejando una manera estrecha de concebir los relatos periodísticos y los móviles tras estos,

¹⁴⁵ *El País*, 08/01/95. Disponible en http://elpais.com/diario/1995/01/08/opinion/789519601_850215.html Acceso el 05/05/15

que hacen de la novedad o la excepción -que sí son criterios importantes-, los únicos posibles; en tanto, otros temas son echados a un saco de “lo otro”, lo común, lo corriente y que para efectos de la cobertura periodística convencional, queda fuera de la agenda. Similar a lo que ocurre con la frase, muy común en el mundo anglosajón: “*Good news is no news*” –“*buenas noticias no son noticias*”, que al enfocarse en el morbo y el sensacionalismo, invisibiliza cuestiones que podrían jugar un rol constructivo en el periodismo. Pero no constructivo en un sentido paternalista o pedagógico, sino que el sentido de ir llenando las plazas del inmenso rompecabezas social.

Es normal que ciertos tópicos sean más propensos a ser considerados importantes en función a su lugar en el sistema en que estamos insertos y las expectativas de las personas al respecto, por los efectos que estos tienen en sus realidades –materiales o emocionales – en tanto individuos parte de una cultura particular. Siendo aquello lo normalmente abordado, entonces resulta interesante y necesario escudriñar “lo otro” y, por qué no, enlazar ambas trincheras, alejándolas de la binaridad que las instala como ajenas una de la otra. En tal sentido, las páginas de los primeros años del *The Clinic* evidencian cómo se intentó realizar un novedoso ejercicio indagatorio, que permitiera que tanto adeptos a la corriente de “el perro que muerde al hombre”, como quienes optaran por el “hombre que muerde al perro”, e incluso quienes avalaran el “*Good news is no news*”, encontraran un espacio, ya que contenidos clásicos y alternativos –estos últimos generalmente subvalorados o derechamente

descartados-, intentan ser cubiertos equitativamente. Historias del poder o de la calle, placeres mundanos, tabúes y lo humano, son parte de un mix de realidad que por medio de distintas y cambiantes formas se manifestó en sus páginas.

En cualquier caso, los propios integrantes del equipo son claros en manifestar que no habrían tenido ningún afán mesiánico al crear esta serie de contenidos. Simplemente habrían hecho algo que era de su gusto hacer, así como sabían que probablemente habrían muchos a quienes les podía gustar lo mismo que a ellos, porque tenían cierta convicción de que había un Chile escondido por ahí. En sus palabras, -y esto es imposible saberlo- no se trataba de hacer ver “el camino” a nadie, solo de destapar lo que ya estaba. “*Nadie los puso ahí, solo lo salimos a buscar (...) porque no hay mejores historias que las que acontecen*”¹⁴⁶. La idea era hablar lo que cualquiera pudiera conversar en casa, los chistes ordinarios que todos conocen, o los temas que causan curiosidad pero que el pudor a veces detiene de indagar y que la prensa convencional difícilmente llegaría a mostrar o que lo haría con otro enfoque. “*Intrusear -dice Fernández- donde la prensa chilena, muy entramada y conservadora, cagona, nos dejaba un nicho*”¹⁴⁷. Y así se fue armando un collage raro, y a ratos, bizarro.

¹⁴⁶ Fernández Chadwick, Patricio. Entrevista personal. 7 de abril de 2015.

¹⁴⁷ *La Nación. Episodio Clínico*. Firmado por Santiago del Campo. Publicado 25/03/2005. Disponible en <http://www.lanacion.cl/noticias/vida-y-estilo/episodio-clinico/2005-03-26/170024.html> Accedido el 15/3/2015.

3.2.2.1 Entre el poder y las luces: bajando a la tierra a los de siempre

El concepto “poder” tiene múltiples acepciones, pero para estos efectos estará circunscrito a las organizaciones que por su posición estratégica ejercen dominación sobre parte importante de una sociedad a través de las competencias que ostentan. En este caso, el mundo político, el empresariado, la Iglesia Católica e incluso el mundo de las comunicaciones, los deportes y el espectáculo –ídolos o líderes de masas-, son los focos de poder donde *The Clinic* concentra su quehacer como medio. Estos actores del poder cruzan la labor de *The Clinic*, en sus chistes, sus reportajes, sus columnas y entrevistas serias -y las no tanto- y, sin duda, son el sustento de sus portadas; en resumen, hace las veces de esqueleto de la publicación, en torno al cual se desenvuelve una gama temática más amplia.

Si bien tales contenidos son foco de preocupación periodística de la prensa convencional, *The Clinic* asumió la misión de darles un giro al presentarlos. Aunque se continuó la tónica de los chistes y titulares falsos contra este sector –algo visible hasta el día de hoy-, para efectos de esta revisión del medio importa el destacar las incursiones creativas en el tópico del poder respecto del primer periodo –más inclinado a lo meramente humorístico-. Estas, sin perder agudeza, se expresan en diversas estructuras que hablan de lo contingente y los debates país, discutiendo en torno a los mismos, y en este sentido son clásicas las columnas en que los más diversos autores –algunos colaboradores

constantes, otros, invitados especiales de distintas áreas del saber-, reflexionan sobre temas de interés nacional o lanzan dardos sobre los comportamientos de las clases dirigentes, como el caso de “*La Elite*”, de Rafael Gumucio:

*“Ampliar la cantidad de personas que pertenecen a la elite es el sueño de la izquierda, un sueño que solo no se convierte en pesadilla si al mismo tiempo nos preocupamos de mejorar la calidad humana, intelectual, vital, de esa elite. Crear oportunidades no es lo mismo que crear oportunistas”*¹⁴⁸.

The Clinic Interview es un espacio imprescindible de mencionar, en tanto se encarga de hacer tanto entrevistas de corte más serio, como la realizada a Felipe Berríos “*Los católicos pueden estar en desacuerdo con el Papa*”¹⁴⁹; como otras más misceláneas, como la hecha al músico Álvaro Henríquez, “*El Folclor tipo quinchero es vomitivo y facho*”¹⁵⁰, o la de Andrés Zaldívar, “*Si quiero ver a una mona Pilucha, lo haré como corresponde*”¹⁵¹.

Si bien este espacio de entrevistas aborda a un espectro variopinto de personajes, su estilo y el desenfado de sus periodistas –gran parte de las cuales en su primera etapa fueron realizadas por Andrea Lagos y Lorena Penjean- es particularmente efectiva en sacar un lado desconocido, más humano y a veces lúdico, de los personajes de la política –muchas veces a partir de la trivialidad- quienes suelen mostrarse en su faceta más seria en la vida pública, como la realizada al mítico juez español, “*Baltasar Garzón*

¹⁴⁸ *The Clinic* N° 109, 7 de agosto de 2003.

¹⁴⁹ *The Clinic* N° 126, 15 de abril de 2004.

¹⁵⁰ *The Clinic* N° 137, 16 de septiembre de 2004.

¹⁵¹ *Ibid.*

*Unplugged: Soy rockero*¹⁵². La lista de *The Clinic Interview* incluye desde parlamentarios hasta personajes de la farándula, pasando por sus filas el polémico periodista de derecha Hermógenes Pérez de Arce, el músico Jorge González; la política de izquierda, Gladys Marín; el cineasta Raúl Ruiz; Felipe Camiroaga; el historiador Alfredo Jocelyn-Holt; la ex ministra de justicia de Pinochet, Mónica Madariaga, entre otros.

La entrevista al Subsecretario de Justicia del gobierno de Allende-, y en ese entonces senador José Antonio Viera-Gallo revela la soltura del estilo de las mismas en el medio:

“-¿Cuándo se le cayó el pelo?

Muy joven, como a los dieciocho años se me comenzó a caer.

-Sino, se le habría caído hoy con los reality shows. Cuando dice que le recuerdan a Colonia Dignidad, ¿no estará exagerando?

*Son metáforas. Y no, no exagero; me violenta que personas entreguen su intimidad y libertad a una empresa para que la comercialice. Es un atentado a los valores y no me espanta que salgan escenas más o menos sexuales o eróticas, eso me da lo mismo, me preocupa que sean conejillos de India, que no esté informados (...)*¹⁵³.

O la introducción de la entrevista al periodista deportivo, Julio Martínez:

*“Es hora del segmento deportivo en el canal católico. Enfocan a un hombre calvo, de 77 años, que tiene los ojos verdes y cabeza ovalada (...) Pase a leer la increíble historia de un pelado que se casó con una mujer separada, pero continuó viviendo en la casa de su mamá (...)*¹⁵⁴.

¹⁵² *The Clinic* N° 185, 7 de septiembre de 2006.

¹⁵³ Lagos, Andrea et. al, *The Clinic Interview*. Santiago, Ediciones y Publicaciones Bobby S.A., 2003, p. 57.

¹⁵⁴ *The Clinic* N° 41, 28 de diciembre de 2000, *The Clinic Interview: El jopo de Julio*. Firmado por Andrea Lagos.

Los reportajes también son clave, pudiendo versar sobre cuestiones mediáticas o denuncias a irregularidades o negligencias, como el caso de “*Mapuches: La deuda de los derechos humanos de la concertación*”¹⁵⁵ o “*El violento expediente de Pinochet Jr.*”¹⁵⁶, o revelando, al igual que las entrevistas, realidades peculiares, como el caso de “*Los lujos navales de Agustín Edwards*”:

“(...) Ha tenido apreturas: en los ochenta estuvo tan mal que tuvo que desprenderse de empresas y de casas, incluida su emblemática mansión de Lo Curro. Pero después, apoyos estatales mediante, se repuso para volver a ser Agustín Edwards, el séptimo de una larga dinastía de agustines que ha reinado en El Mercurio y, como sus antecesores, lleva sangre real, con una vida de novela que incluye reuniones en Washington para botar a Allende en los setenta y, hoy, un desenfrenado apetito por el mar. Una vida sacada de otro siglo (...)”¹⁵⁷.

Los mencionados son solo algunos de los casos que muestran cómo *The Clinic* aborda el poder; si bien no los únicos, tal vez los más evidentes al exhibir el estilo del medio. Quizás uno de los más desenfadados puede ser la sección “*Me lo dijo Adela*”, espacio donde una mujer de aspecto campestre cuenta chismes de pasillo de la política. Sin embargo, no puede dejarse fuera la mención de una de los más interesantes aportes al abordaje alternativo del poder, como lo fue “*Historia Nacional de la Infamia*”. En ella, el historiador Gonzalo Peralta, trataba pasajes oscuros de la historia chilena, desmitificando verdades oficialistas de nuestro pasado, de los sucesos emblemáticos y sus protagonistas; en otras ocasiones son episodios totalmente desconocidos, que

¹⁵⁵ *The Clinic* N° 218, 4 de octubre de 2007.

¹⁵⁶ *The Clinic* N°101, 17 de abril de 2003.

¹⁵⁷ *The Clinic* N°192, 16 de noviembre de 2006.

por su lejanía, muchas veces rozan la categoría de mito urbano. Un caso citable es el artículo sobre “*El primer asaltabancos de Chile*”, Buenaventura Durruti:

“Invierno de 1925, y los funcionarios del Banco de Chile de Calle San Diego solo piensan en almorzar, cuando cinco individuos irrumpen violentamente en la sucursal. Uno de ellos, cubierto por un antifaz de cuero y empuñando pistolas en cada mano, exclama con un inconfundible acento español ‘¡Manos arriba! ¡Esto es un asalto!’. El sorprendido cajero supone una broma, pero el tipo del antifaz salta sobre el mostrador y destripa las cajas, haciendo huir al aterrado funcionario. La banda saquea los caudales, corre hacia la calle y aborda un viejo taxi Hudson en el que escapan bajo una lluvia de balas. Es el primer asalto bancario y la primera acción de guerrilla urbana en Chile”¹⁵⁸.

3.2.2.2 Una mirada distinta a la dictadura

Un tópico presente en la sociedad chilena y claramente un tema recurrente de la prensa y la literatura nacionales. Aunque este tópico pudiera haberse tratado en el apartado del poder, amerita un espacio independiente al ser uno de los ejes de existencia del *The Clinic*, que creo lugares especialmente dedicados a su tratamiento, y que aún lo hace -en diversa medida-, pese a la cada vez más amplia distancia temporal. Lo anterior hace bastante sentido si se considera que prácticamente todo el quehacer político de hoy y sus protagonistas se vinculan en alguna medida con lo ocurrido en aquel periodo, ya sea por su participación directa tanto en el bando de Pinochet como de la oposición, o por tener parte en alguna de las etapas del proceso transicional.

¹⁵⁸ *The Clinic* N°162, 29 de septiembre de 2005.

¿A quiénes afectó la dictadura? ¿Cuáles son sus historias? ¿Hasta dónde se sabía de lo ocurrido? ¿Qué tanto había logrado dimensionar la sociedad chilena sobre el periodo vivido? Al observar los contenidos de al menos los primeros cinco años de *The Clinic* parecieran desprenderse algunas respuestas para preguntas como aquellas, algo de gran relevancia si se considera que exceptuando los relatos de personalidades políticas de renombre o los casos emblemáticos de violaciones a los derechos humanos, la verdad es que en cuanto a la prensa convencional se refiere, la dictadura ha sido dibujada a partir de lo estrictamente mediático, como la clásica pirámide invertida noticiosa. Salvo investigaciones periodísticas profundas plasmadas en libros o documentales, ciertamente los periódicos y revistas no se habían permitido ahondar en las historias más cotidianas –algo presente en cierta medida al día de hoy-, salvo en momentos de particular algidez, como las fechas conmemorativas o a la luz de nuevas informaciones.

Es así como la revista da cabida a relatos que dibujan este periodo desde otra perspectiva y a partir de sus distintos actores, en distintas trincheras, tanto de la de los afectados como la del bando opresor. Uno de los espacios más emblemáticos es la sección “*Detenidos Desaparecidos*” y más tarde, reemplazando a la primera, “*Ejecutados políticos*”. Estas estaban dedicadas a contar parte de la vida y de las circunstancias de detención de distintas víctimas desaparecidas en dictadura, y de ejecución, en la segunda. Se incluye una ficha a modo de expediente, una fotografía del protagonista, y un relato altamente

emotivo como crudo, narrado por alguien cercano; en dicho relato aparecen no solo datos de su desaparición, sino que detalles de la vida de la persona que terminan por hacer un retrato de esta, cuestiones muchas veces cotidianas que lo muestran como alguien común y corriente, como el propio lector, y cuya vida fue interrumpida de un minuto a otro. Tal es el caso del relato titulado “*Jenny*”, donde su madre relata la historia de Jenny Barra, estudiante de enfermería de 23 años al momento de desaparecer –comenzando con un “*Yo soy la mamá de la Jenny. A ella le gustaba el pescado frito que yo le preparaba*”¹⁵⁹-, o “*Sergio*”, donde Lucía Seguel, su madre, escribe sobre su joven hijo, Sergio Gutiérrez, que contaba con solo 16 años al ser detenido:

*“Sergio tenía 16 años y decían que era extremista (...) Caminaban por un pasaje, cuando se les cruzaron dos individuos. – ¿Qué andan hueviando los conchas de su madre? – ¿Por qué me sacai la madre? ¿Qué te he hecho yo?- respondieron. Cuando les sacaron la madre, los chiquillos empujaron al hombre –que dicen- andaba curado. Este se derrumbó y su compañero sacó una identificación. Ambos eran carabineros vestidos de civil. A los pocos segundos golpearon una puerta y abrió un señor de apellido Tijerina, un detective jubilado. Los carabineros le pidieron el teléfono para denunciar que los acababan de “cogotear” unos extremistas (...) Una vez, creo que estuve cerca de ti. Estaba esperando en el Estadio Nacional como en tantos otros lugares donde seguí tu rastro. Ahí estaba cuando salió una señorita de la Cruz Roja y le pregunté por ti. Parece que estabas ahí dentro. La señorita me dijo que te iba a buscar, pero nunca más salió. La esperé toda la noche. Y al otro día, y al otro. Y al otro...”*¹⁶⁰.

Otra clase de manifestaciones en el tópico, es posible verlas en secciones aleatorias, que sin estar particularmente dedicadas al tema como en el caso

¹⁵⁹ *The Clinic* N°22, 20 de abril de 2000.

¹⁶⁰ *The Clinic* N°26, 1 de junio de 2000.

anterior, sí hacían referencia al mismo en el marco de tópicos relacionados. Caso citable es el del suplemento “*Qué Paja*”, cuyo tema central es “*La Tortura*”, donde diversos textos hablan del tema desde distintas perspectivas, como “*Breve historia de la tortura*”, “*Se busca un torturador*”, “*La práctica*” – donde se exponían métodos utilizados-, testimonios de víctimas y fragmentos de una entrevista hecha a Osvaldo –*Guatón*- Romo, tristemente célebre torturador de la DINA, donde da detalles de sus actividades:

“Se aplica en la pelota de los senos, los pezones, ¿ah? Dos perritos aquí no más, punto. Y otro perrito en la vagina, ¿cierto? Y de ahí tú le vai dando vuelta a la máquina, un golpe de corriente y la persona choca (...)”¹⁶¹.

Otra expresión destacable lo marcan las denuncias a individuos involucrados en la dictadura que no resultan mediáticos, como el artículo “*Si no hay justicia, ¡Hay funa!*”¹⁶², donde diversos torturadores como el médico cardiólogo Alejandro Forero, o el ex miembro del Estado Mayor DINA, Emilio Sajura (fig. 16), son expuestos, indicándose sus lugares de trabajo o domicilio.

¹⁶¹ *The Clinic* N°39, 14 de diciembre de 2000.

¹⁶² *The Clinic* N°33, 7 de septiembre de 2000.



Fig. [Ilustración] dicio

Las manifestaciones de quienes estuvieron junto a Pinochet también tienen cabida, como el caso de Sergio Onofre Jarpa, Ministro del Interior de la dictadura:

“-¿Qué querían hacer los marxistas en Chile?

Ellos querían apoderarse del país. ¿Por qué nadie atacó el gobierno militar argentino? Allá los dejaron tranquilitos...Pero, ¿por qué Chile estaba en la mira marxista?

-Dígame usted, yo no tengo idea.

Este país tiene una posición geopolítica dominante en el pacífico sur. Por eso es la pelea.

-¿Y por qué ustedes se arrogaron la misión de salvar al país?

*Porque queríamos un Chile libre. Soñábamos con un país independiente que no fuera base de operaciones ni de los soviéticos ni de los norteamericanos. Así que esto de que Estados Unidos intervino con gente y con fuerzas e influencias determinantes no es cierto. EEUU dejó libre el camino para que en Chile hicieran y deshicieran los marxistas (...)*¹⁶³.

Si bien estos son solo algunos de los distintos contenidos mediante los cuales se expresó el debate frente a la dictadura, grafican un interés por ir definiendo desde frentes no convencionales lo ocurrido, incluso desde la

¹⁶³ Lagos, Andrea et. al, *The Clinic Interview*. Santiago, Ediciones y Publicaciones Bobby S.A., 2003, p. 43.

trinchera enemiga –como en el caso anterior- otorgando matices normalmente pasados por alto por la prensa clásica y que permiten reflexiones nuevas al respecto.

3.2.3.3 Contenidos marginales: entre lo indecente, lo grotesco y lo irrelevante

¿Qué es lo primero que viene a la mente cuando se menciona el término “marginal? Sin saber una definición académica, esta palabra suele asociarse a pobreza, exclusión, lo que en un orden dado de cosas ocupa un lugar secundario. Por su lado, la teoría de la marginalidad propone “*la existencia de grandes masas que no pertenecen, que no participan, constituyendo un "afuera" de la sociedad instalada*”¹⁶⁴, y si bien esta es una definición dada en términos de una colectividad humana, se puede hacer extensiva a los temas que ocupan la mayor parte de la agenda periodística. Por su relevancia en términos sistémicos se hace comprensible que existan algunos tópicos de mayor relevancia inmediata que otros, como lo económico y político, sin embargo, existe una trinchera de temas fuera de los márgenes de este espectro periodístico y cuya exclusión se respalda de una serie de argumentos que van desde la inmoralidad que conllevarían hasta su supuesta irrelevancia;

¹⁶⁴Molina, Fernando. *Las bases sociales de la democracia*, ensayo para el seminario *Temas de Teoría Democrática Contemporánea*, organizado por el Centro de Estudios Públicos, 9 de julio de 1984, p. 1.

categorización en la que los lectores nunca han tenido mucha incidencia. Además, es común que estos temas tengan una estrecha vinculación con las masas sociales postuladas por la teoría de la marginalidad, sujetos que justamente parecen no tener un rol fundamental en términos comunicacionales, no al menos bajo los lineamientos del quehacer de la prensa clásica, que se desenvuelven en espacios damnificados por esta dinámica binaria y cuyos relatos tienen una cobertura incidental y relegada a públicos “nicho”.

Son varios los temas que pueden caer en esta esfera de la marginalidad periodística, de los que se habla poco o casi nada. Y algunos de los que derechamente, no se hablan, y esta afirmación hay que hacerla aún más categórica si se refiere al Chile que se desenvolvía en vísperas del año 2000. Eso suena un poco extremo en estos días, donde el internet ha ofrecido espacio para una serie de contenidos casi infinita, como infinitos los públicos que ahí se agrupan, por lo que se nos hace imposible creer que haya temas que no tengan su pequeño rincón. Pero los medios de comunicación convencionales, en particular la prensa escrita, recién ahora están intentando tomar algunas de las tendencias que ha mostrado el heterodoxo mundo de las redes.

Lo sexual, lo grotesco, lo escondido y lo corriente se entrelazan en diversos puntos, son un entramado de lo que somos todos y que muchas veces, olvidamos ser. Estos temas originan los contenidos marginales que se pueden encontrar en los primeros años de *The Clinic*. Se confunden con los rótulos de

lo feo, lo sucio, lo vergonzoso y lo insignificante, armando una maraña que, en otras circunstancias, para ocupar portada tendría que pasar una serie de vallas: ser extremadamente escandaloso y polémico -para generar bulla- o tal vez, podría ocupar un espacio anecdótico, como parte de las coberturas folklóricas que se hacen cada cierto tiempo, como invitado casual de los contenidos.

Lo sexual es una veta que exhibe una cobertura interesante. ¿Se puede hablar de las prostitutas cuando en la página siguiente hay un anuncio inmenso de una marca importantísima? ¿Le gustará al gerente? La idea no es hacer un análisis desde lo comercial, pero resulta relevante exponer las complejidades implicadas en tocar temas tabú en los medios, como el sexo y la corporalidad. Si en la actualidad sigue siendo un tema complicado en la sociedad chilena, con todos los avances que hemos ido presenciando en torno a la conversación, a finales de los '90 seguía teniendo un aura de indecencia, de lo prohibido, de lo que si agrada, se calla. En este sentido, el *The Clinic* trasgredió las normas –si las había- de lo políticamente correcto.

Imágenes de cuerpos—sobre todo femeninas-¹⁶⁵, no precisamente artísticas. Muchas en poses grotescas, algunas mezcladas con rostros de personalidades públicos, daban vida a bizarras creaciones. Columnas, chistes y un amplio vocabulario “subido de tono”. Está de más decir para sus detractores este fue

¹⁶⁵ En este sentido cabe aclarar que el medio ha sufrido críticas por la cosificación que haría del cuerpo femenino y el machismo de sus imágenes y chistes. Los propios autores asumen este hecho, pero señalan que son reflejo de un humor que ha ido variando en la sociedad, como en la propia revista.

uno de los grandes focos de crítica: la “indecencia”. Y esto no fue solo en la primera etapa, porque en la segunda el tópico de lo sexual –visto como el acto biológico mismo, como la corporalidad y la desnudez- se comenzó a tratar en los contenidos, como un tema más sobre los cuáles puede escribirse, ya sin tanto bombo y platillo como al principio, visualizándose una especie de institucionalización –si se puede llamar de tal forma- del tema, como la que muestra el suplemento “*Qué Paja*”, cuyo tema era “*La Manuela (el ojo en la paja ajena)*”¹⁶⁶, donde se hablaba ampliamente sobre la masturbación.

Sin embargo, una sección completamente orientada a tratar el tema con toda soltura, es “*La Carne*”, espacio donde Carolina Errázuriz Mackenna, mujer de alcurnia, relataba las aventuras sexuales más atrevidas:

*“Él me mueve como si fuera de pluma y me pone de lado acostada en la cama, mientras él detrás de mí me habla llenándome de saliva, mientras me cuenta cómo son las perras que él se tira cuando no nos vemos”*¹⁶⁷.

Patricio Fernández relata una situación anecdótica en torno a esta columna y que involucra al polémico periodista pinochetista Hermógenes Pérez de Arce, quien al no saber que la autora utilizaba un seudónimo, le hizo un llamado a comportarse como alguien de su estirpe:

“Hermógenes dijo que no podía creer que una ‘Errazuriz Mackenna’ anduviera haciendo todas estas aberraciones. Entonces, ella le contestó con una columna bastante memorable, donde hablaba de cómo le gustaba y le

¹⁶⁶ *The Clinic* N°29, 13 de julio de 2000.

¹⁶⁷ *The Clinic* N°183, 10 de agosto de 2006. *La Carne: Fucking Artículo*.

calentaba Hermógenes, haciéndole una invitación al lecho...que nunca se concretó, claro”¹⁶⁸.

La relación del medio con el uso del cuerpo, como se ha visto, ha sido sumamente liberal. Pero un elemento que expresa de manera patente la emancipación en torno a los tabúes al respecto, es una de las primeras portadas, la número 22, donde aparece un hombre corriendo totalmente desnudo con el título “¡Apareció Yeruba!”¹⁶⁹ (fig. 17)- o el caso del “*Identikit*” de Ricardo Lagos (fig. 18), donde aparecen señaladas las partes de su cuerpo con leyendas burlescas.



Fig. 17 El polémico Yeruba

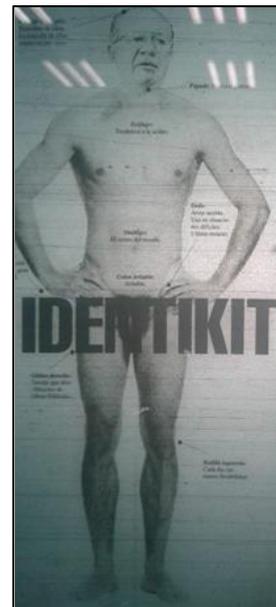


Fig. 18 Ricardo Lagos y su *Identikit*

¹⁶⁸ Fernández Chadwick, Patricio. Entrevista personal. 7 de abril de 2015.

¹⁶⁹ *The Clinic* N°22, 20 de abril de 2000. Se refiere al coanimador de la primera etapa del programa *Sábados Gigantes*-, quien tras largo tiempo fuera de cámaras, había aparecido para realizar declaraciones contra *Don Francisco*, Mario Kreutzberger

Para hacerse una idea de lo polémicos que debieron resultar este tipo de contenidos para algunos sectores de la sociedad de esos años, basta con recordar la visita del fotógrafo Spencer Tunick en el año 2002. Desde un mes antes de la llegada del norteamericano los medios dedicaban numerosas notas a la fotografía artística que pretendía tomar con cuerpos desnudos en la vía pública. Se planteaban en diarios, radio y TV, discusiones en torno a las libertades, la valoración del cuerpo y los límites de la decencia, mientras grupos religiosos pegaban el grito en el cielo. Contrario a lo que muchos esperaban, y sorprendiendo al propio fotógrafo, la performance logró juntar casi cuatro mil personas, cuando se esperaban, según sus propios organizadores, 200 personas, en el peor caso, y mil, en el mejor escenario¹⁷⁰. Algo estaba pasando, la gente estaba dejando, poco a poco, la vergüenza de la corporalidad. Lo más llamativo es que nadie se lo esperara, que no hubiese presagios de parte de entendidos ni un proceso visible que hiciera prever lo que ocurriría. Fue una especie de olla a presión que de pronto parecía haber explotado; esta olla da luces del fenómeno social que probablemente hizo que relatos como los de *La Carne* tuvieran tanto éxito¹⁷¹.

Otro ejercicio innovador realizado por *The Clinic*, es adentrarse en submundos, estigmatizados, estereotipados, pero desde relatos urbanos, no academicistas. En este sentido los suplementos son un gran aporte, al abordar

¹⁷⁰ *El Mercurio de Valparaíso*, 30 de Junio de 2002.

¹⁷¹ Es necesario mencionar que el éxito del espacio era tal, que el año 2003 se publicó un compilado con los relatos más llamativos o polémicos.

temas que van desde la prostitución, la indigencia, la cultura de la marihuana, el rock *underground*, entre otros. El espacio “*La Jungla*” es uno de los segmentos pioneros en cultivar esta veta que explora el otro lado de la cultura y fenómenos sociales, con crónicas de marcado estilo tanto literario como transgresor, que se adentran profundamente en los espacios que relatan, los que pueden ir desde la vida de un presidiario, un apostador o un niño de la calle. En ambos casos en tiene una injerencia vital la labor de Enrique Symns, principal mentor de estos espacios inspirado en la propia labor que desarrollara en los años ‘80 en Argentina con su revista contracultural *Cerdos & Peces*. El siguiente es el fragmento de la historia de Guillermo, un *lanza*:

“Guillermo camina tranquila y pausado sin nunca mirar atrás. Su cuerpo pequeño y grueso parece una prolongación del clima de traspase de la Plaza Echaurren en Valparaíso, un domingo por la mañana. Avanza y no se fija que alguien está observando sus pasos o sus infinitos tajos en la cara, producto de innumerables noches sin ver la luz. Lleva un buzo verde gastado y una polera desteñida del Colo-Colo. Tiene la barbilla recién afeitada porque en el Ejército de Salvación lo rasuraron junto con la taza de té con leche”¹⁷².

No pueden dejar de mencionarse la existencia de personajes que emulan a arquetipos presentes en la idiosincrasia chilena, como, y que creaciones como Lenin Peña y Chupete Aldunate –no los únicos, pero sí quizás los más llamativos-, personificaron agudamente. El primero, un ferviente e intransigente militante de izquierda; el segundo, un individuo conservador que comenta sobre el acontecer nacional y mundial desde su visión sesgada del entorno, con un

¹⁷² *The Clinic*, N°3, 30 de noviembre de 2000. *La Jungla: Lanzas*.

alto toque clasista y fascista; ambos exhibían el Chile aun dividido por el quiebre nacional producido por la dictadura pinochetista.

Un último punto, tan relevante como los anteriores, es el abordaje de lo humano, lo común y corriente, aquellas cosas que por la generalidad de su ocurrencia muchas veces parecieran no dar lugar a lo especial. Como “*La Cosa*”, columna donde la periodista Leo Marcazzolo simplemente contaba historias de su vida. Esta suerte de diario de vida que revela entretenidas anécdotas, si bien tenía su cuota de originalidad, podía evocar eventos de la vida de cualquiera, como el caso de “*Eutanasia*”, donde habla de la muerte de la mascota de la autora:

“(...) El Pompeyo estaba postrado sobre unos matorrales como escondiendo su desgracia. Le di cuatro salchichas y él se las comió rápido. Sonrió y agradeció mucho, porque no sabía que eran las últimas salchichas que comería en su vida (...).”¹⁷³.

Mención especial amerita el segmento “*Los Cien Personajes menos influyentes*”, a cargo de la periodista Tania Tamayo. “La idea era emular esos típicos rankings que aparecen en revistas de negocios o política, pero nosotros mostrábamos gente completamente opuesta a eso”¹⁷⁴, señala su autora, quien en cada número escudriñaba en la vida de un personaje común y corriente, resaltando aspectos en apariencia irrelevantes -bajo los criterios de los rankings que se intentaban imitar- pero cuya peculiaridad finalmente lo vuelven

¹⁷³ *The Clinic*, N° 183, 10 de agosto de 2006.

¹⁷⁴ Tamayo Tania, entrevista personal. 11 de octubre de 2014.

interesante dentro de lo inadvertidos que pueden pasar a diario en medio de la urbe. Tal es el caso del personaje N°4, Leonardo Navarro, “*El eterno estudiante*”:

“Él es magallánico y no chileno. Piensa que la gente allá es cálida, acogedora y cosmopolita, en cambio, los ‘chilenos colonizadores’, el resto del país, son como unos ‘pájaros de verano llamados chumangos: llegan, comen, se aprovechan y se van’. De Magallanes dice haber aprendido cierta lentitud para enfrentar la vida, la misma que le ha permitido llevar tranquilamente los ocho años de estudio sin sentirse tonto. ‘Acá en la escuela se tiene la certeza de que el que llega primero es el mejor y no es así, por eso no me molesta haberme echado 12 ramos’”¹⁷⁵.

Otro espacio que se aterriza a los contenidos de lo es “*El Manual de Carroña*”, que dice ser “*un manual de urbanidad, buenas maneras y buenas costumbres*”, donde su autor, “*Pulidor Carroña*”, parodia al clásico decimonónico *Manual de Carreño*, proponiendo distintos comportamientos supuestamente decorosos para la vida diaria de los lectores.

Se podía hacer columnas a partir de todo aquello que fuera parte de la vida normal de cualquiera. Tal es el caso de las imágenes del chileno común, reproducidas en el espacio *Chilean Beauty*, que acerca las cámaras a personas comunes y corrientes, con su apariencia del día a día y la que no tiene por qué cumplir con los cánones estéticos típicamente exigidos. A sus fotos se les agrega leyendas que incluyen datos aleatorios sobre el aludido, como “Maca

¹⁷⁵ *The Clinic*, N° 38, 16 de noviembre de 2000.

aplica terapias de Flores de Bach. También vende ponchos”¹⁷⁶ o “Paola, Michel y Jimmy celebran el cumpleaños de Débora, la de cachos”¹⁷⁷ (figs. 19 y 20).



Fig. 19 Maca



Fig. 20 Paola, Michel, Jimmy y Débora

Pero quizás una de las secciones más peculiares capaces de graficar esto, es la sección *La Caca* (fig. 21). Con el eslogan “*Un espacio para hablar de lo mejor de nosotros mismos*”, en cada número dedica sus líneas a reflexionar en torno al acto de defecar, haciendo gala de un estilo altamente descriptivo:

*“Hacerse caca encima, para un adulto, debe ser sin duda una de las experiencias más traumáticas que le puedan ocurrir en la vida. No nos referimos a los famosos ‘pedos con sustancia’, esos que además de ruido originan un pequeño hilo tibio y café que se desliza desde la fuente oscura hasta la mitad del glúteo (...)”*¹⁷⁸.

¹⁷⁶ *The Clinic*, N° 150, 12 de abril de 2005

¹⁷⁷ *Íbid.*

¹⁷⁸ *The Clinic*, N° 16, 27 de enero de 2000.



Fig. 21 Logo del espacio *La Caca*

Esta sección en particular logra reflejar de manera muy certera la impronta del medio, al mostrar algo que más allá de la relevancia en términos convencionales, apelaba mucho más a un criterio del gusto. ¿Por qué el gusto? Al simple gusto de escribir lo que se quiere escribir y de leer lo que se quiere leer, sin directrices estéticas que limitaran las temáticas. De hecho, existe un evento altamente ilustrativo de esto respecto al origen de “*La Caca*”, contado por Patricio Fernández:

“Una persona de la que me voy a reservar el nombre y que en ese entonces era senador del partido socialista, me dijo en un momento, ‘tssss...lo único que falta es que ustedes hablen de la caca ahora’ y yo le dije ‘buena idea, compadre’¹⁷⁹.

Para Fernández, además, esta sección tiene una especie de mensaje poético detrás, pues hablar de la caca sería hablar de aquello que como sociedad no queremos ver, que sale de nosotros mismos y que preferimos

¹⁷⁹ Fernández Chadwick, Patricio. Entrevista personal. 7 de abril de 2015.

mantener oculto. “Y en buena medida seguimos hablando de la caca hasta hoy, ¿eso es más o menos el periodismo, ¿no?”¹⁸⁰.

3.2.2.4 Herejía por partida doble: la portada

Sin duda, la impronta del *The Clinic* se resume en sus portadas: el tono de su humor y los temas latentes en la sociedad chilena toman forma de un llamativo chiste gráfico, que ocupa toda la página y que ha tenido como protagonistas a una importante parte del espectro político chileno.

Pero la portada no siempre fue la misma. En sus comienzos sólo se trató de una hoja en blanco y negro, que la mayor parte del tiempo exhibía imágenes que no tenían particular relación con los temas titulados (fig. 22) o no correspondían a los individuos mencionados. Al igual como sucedía con las imágenes del interior del diario, se solía utilizar fotografías de personajes anónimos o incluso animales, que representaban a los personajes parodiados, como la edición N°16 donde se aprecia a un hombre con gigantismo dando la mano a una mujer enana junto a la leyenda “*Lagos agradece a Soledad Alvear*” (fig. 23). Incluso podría hacerse una analogía con el efecto Kuleshov del cine, ya que permiten una interpretación libre del conjunto exhibido, ya que directamente no hay relación entre los elementos.

¹⁸⁰ *Ibid.*

De todas formas, aunque en contadas ocasiones se utilizó fotos originales y sin intervención, dichas imágenes no solían hacer referencia a informaciones, pudiendo actuar simplemente como un afiche, tal como la imagen del sacerdote Gustavo Hasbún en la edición N°43 bajo el rótulo “*Enemigo Público N°2*” (fig. 24). Del mismo modo, de tanto en tanto salían algunos fotomontajes muy básicos, como el de la edición N°66, donde aparecen Ricardo Lagos y Joaquín Lavín como mendigos junto a la frase “*Apóyeme, su voto es mi sueldo*” (fig. 25). Los titulares, en tanto, no siempre tenían relación con los contenidos de la edición; de hecho, esto dependía de la contingencia, pero la mayoría se trataba de meros chistes, altamente absurdos, que permitían hacer una lectura de preliminar de las subjetividades expresadas al interior del pasquín.



Fig. 22



Fig. 23



Fig. 24



Fig. 25

En este sentido, la portada resulta ser un elemento de vital relevancia si se considera que en sus inicios *The Clinic* tenía un número escaso de páginas. Por tanto, un buen porcentaje del pasquín se lo llevaba la portada, y es este mismo hecho lo que según Fernández, gatilló que en sus primeros días la imagen sumada a la gran cantidad de titulares -la mayoría falsos- actuara como un “mensaje editorial”, en días donde el impreso no contaba formalmente con esta sección en su interior¹⁸¹.

Sin embargo, el cambio a impresión a color marcó una evolución en la apariencia de las portadas, dando paso a la estética grotesca que conocemos hoy, donde el antes esporádico recurso del fotomontaje se terminó adueñando del espacio. Una mezcla de recortes de caras de personajes públicos, cuerpos

¹⁸¹ Fernández Chadwick, Patricio. Entrevista personal. 7 de abril de 2015.

de origen desconocido en distintas poses y atuendos y letras de alto impacto visual, que transmiten en clave humorística una crítica a la contingencia nacional y sus implicados, la mayor parte de las veces relativa al mundo político. Por lo general se pueden encontrar al menos dos temas mezclados en una misma escena, algunos relacionados entre sí, y otros de esferas totalmente diferentes, pero que son unidos por una idea común; además, es frecuente la integración de elementos de la cultura popular, que pueden ir desde refranes hasta referencias a películas. Tal es el caso de la portada N°511, que utiliza el afiche promocional de la película “*Volver al Futuro*” para titular “*Volver al pasado*”. El montaje muestra al en ese entonces presidente Sebastián Piñera y a Augusto Pinochet como los personajes Marty McFly y Doc Emmet Brown, respectivamente, en un diálogo que se mofa de la falta de autocrítica de Pinochet frente a un complicado Piñera a quien le pasa la cuenta el historial político de su sector y quiere volver al pasado a arreglarlo (fig. 26).

Según Rafael Gumucio, la elección del chiste en portada para cada edición surgía de acuerdo a los chistes que ideaban para las noticias falsas, entre los cuales “*había uno que elegíamos y lo hacíamos portada*”¹⁸². Sin embargo hay ediciones que exceptúan esta tónica. En primer lugar se encuentran los especiales, cuyo tema central define las imágenes que le acompañan, en cuyo caso recurren, tal cual hacían en los viejos tiempos, a fotografías o ilustraciones de origen desconocido para graficar el concepto -; en segundo lugar, los

¹⁸² Gumucio Araya, Rafael. Entrevista personal. 16 de abril de 2015.

sucesos de particular sensibilidad, como el caso de ciertas tragedias nacionales, en que se estila el uso de imágenes serias, reales, aunque siempre acompañadas de leyendas ingeniosas.

En cuanto a los titulares, estos también sufrieron una evolución. Salvo el que acompaña a la imagen, que es un chiste donde se estilan los juegos de palabras, el resto de texto -ubicado generalmente al pie de la portada- hace mención a reportajes, entrevistas o columnas que se pueden encontrar al interior de la edición.

Un elemento curioso surge al notar la fidelidad con el sello rústico de sus primeros fotomontajes que ha mantenido el medio pese al paso de los años. Al margen de las tecnologías que puedan existir hoy, se observa la mantención de una estética desprolija, que no evidencia ningún esfuerzo por tratar de hacerlas ver realistas y quizás es esta despreocupación, reflejada en un trucaje que no intenta serlo, la que causa tanta gracia. Merece mención también las ocasiones en que se han permitido cambiar el logo de *The Clinic* y su slogan por alguna otra palabra, aunque manteniendo la estética original, para aludir a alguna situación particular, como la edición N°116 donde con el logo "*The Sauna*", en referencia al escándalo del Juez Daniel Calvo, quien llevaba el caso Spiniak (fig. 27), o la edición N°250, el "*Especial Pacos*", con el slogan "...*firme junto al general del pueblo*", en referencia a la reciente muerte del General de

Carabineros, José Bernales, llamado por muchos de esa forma (fig. 28) y haciendo una contraposición clara con el “otro” general, es decir, Pinochet.



Fig. 26 N°511



Fig. 27 N°116



Fig. 28 N°250

Además, como si no bastara con una portada, el *The Clinic* posee dos. Su contraportada tiene las mismas características, sin perjuicio de que se observen ediciones puntuales en que esta se reserva para imágenes de tono más serio que el de la portada, dando espacio a cuñas a modo de titular y que bien podrían catalogarse como los momentos de conexión con las dinámicas clásicas de composición de portada de los medios tradicionales.

Todas las características mencionadas anteriormente juegan un rol fundamental en configurar la portada como un afiche en buena medida independiente de la revista, que se promociona a sí mismo y hace llegar su

opinión sin necesidad de que el público compre la revista. Que este dispositivo funcione como es trascendental en la efectividad de sus burlas, pues le permite ridiculizar a sus víctimas sin que la llegada de sus chistes esté condicionada directamente por el tiraje. Este es, de hecho, uno de los aspectos más significativos, puesto que kiosqueros coinciden en que buena parte de los transeúntes se detienen a mirar las portadas de *The Clinic*, incluso sin comprarlo. “*La gente siempre se pone a mirar el Clinic. Se ríen y se van. A veces compran otra cosa, o a veces ni siquiera compran algo*”¹⁸³.

Al tener una fuerza visual tan potente, es lógico presumir por qué ha causado tanta molestia a lo largo de la historia del medio. ¿Qué hacer cuando quien te ataca no necesita de vender para lograr el efecto ridiculizador? Quizás esta misma interrogante ha obligado a las personalidades mediáticas, sobre todo políticas, a irse acostumbrando a aparecer en *The Clinic*, restando polémica –aunque no por ello gracia- a cada nuevo chiste en portada.

Es más, aquí es donde resalta un elemento curioso: han sido cuestiones de orden valórico más que político las que han causado molestia, y no precisamente de los involucrados, sino que del propio público. De hecho, contrario a lo que se podría esperar, el único proceso judicial llevado contra *The Clinic* en estos 15 años ha sido por un chiste sobre la Virgen del Carmen luego de que desconocidos quemaran la figura que se encontraba en la Catedral de

¹⁸³ Gallardo Jaqueline, Kiosko Paseo Huérfanos. Entrevista personal, 1 de julio de 2015.

Santiago. *“Acá de los políticos te puedes burlar, de los curas te puedes burlar, incluso de Cristo. Pero de la virgen, no”*¹⁸⁴, dice Fernández.

La polémica edición titulaba *“¡Milagro! La Virgen del Carmen, Madre de Chile, se quemó sin calentarse. Sus hijas gritan: ¡píldora ya!”* (fig.29) y gatilló la ira de feligresas que incluso realizaron una marcha en contra del medio. A eso se suma la demanda antes mencionada, realizada por Richard Aguilar, quien pedía al medio emitir una carta de disculpa dirigida a su familia y a los cardenales Francisco Javier Errázuriz y Jorge Medina, como representantes de la Iglesia.

“Yo la encontraba muy respetuosa, porque era un reconocimiento a su virtud a pesar de todo”, dice Fernández sobre la portada, indicando que es una de las que más le gusta, tanto por el ingenio tras el chiste como por la reacción que causó en la gente y que exhibiría *“un fenómeno bastante chileno”*¹⁸⁵, algo que complementa Pablo Dittborn:

*“Chile es un país muy mariano, la Virgen María es una cosa muy importante en general y a todo nivel. Pero la Virgen del Carmen es la patrona de las Fuerzas Armadas, entonces también hay otro sector de la sociedad que no tolera esto (...) finalmente ganamos en todas las instancias, llegamos hasta arriba porque además la demanda era bien torpe. Una de las exigencias del señor este (Aguilar) era que nosotros debíamos desdecirnos de aquel insulto, por lo tanto teníamos que decir que la virgen en realidad sí se había calentado... ¡mucho peor!”*¹⁸⁶.

¹⁸⁴ Fernández Chadwick, Patricio. Entrevista personal. 7 de abril de 2015.

¹⁸⁵ *Ibid.*

¹⁸⁶ Dittborn Barros, Pablo. Entrevista personal, 14 de abril de 2015.

De hecho, el resultado fue aun peor para el demandante, ya que la Corte Suprema, tras rechazar su petición, le obligó a pagar las costas del juicio por no haber tenido legitimidad para presentar dicha acción legal en nombre de los católicos¹⁸⁷.

Siguiendo esta misma línea, otro caso notable en el aspecto valórico es la alusión a la gordura de Bachelet en una de las primeras portadas aparecidas tras su elección como presidenta, hecho que según los socios del medio habría causado rechazo en los lectores que en el quinto capítulo se explicará más en detalle.



Fig. 29 N°239



Fig. 30 N°410

¹⁸⁷Recortes Conferencia Episcopal de Chile. 11/11/08. Disponible en <http://recortes.iglesia.cl/recorte.php?id=10017> Acceso el 15/05/15

No se puede cerrar este apartado sin hacer mención de una portada que no deja de sorprender: la única portada muda. Aparecida tras la caída del avión CASA 212 en septiembre de 2011, accidente que causó la muerte a 21 personas, entre ellas varias de relevancia mediática, como el popular animador de televisión Felipe Camiroaga, solo muestra una vista aérea de la pista de aterrizaje de la Isla Juan Fernández.

A lo largo de la historia del medio han ocurrido muchos sucesos delicados; sin embargo, la decisión de publicar una portada como esta sienta un precedente, porque si bien han cambiado el tono de sus imágenes y titulares ante eventos de sensibilidad nacional, pero jamás se había dejado sin texto, lo que da una fuerza silente a la imagen y que podría ser interpretado como un homenaje que no deja de ser llamativo.

En ningún caso se intenta decir que lo esperable hubiese sido festinar con el suceso, como sucedió con la muerte de Pinochet –suceso que se abordará en el quinto capítulo-, pero para quienes han presenciado la dinámica de las portadas del medio, tal vez habría sido más fácil presagiar una portada con otra temática o incluso la misma portada o similar, pero definitivamente con alguna leyenda al respecto.

3.2.3 “¿Con esa boquita come?”: La desfachatez como sello y “la pérdida del eje”

Resulta natural preguntarse cuál es el ideario político que define la línea editorial de *The Clinic*, o derechamente, a qué sector político adscribe. Si bien a priori sería fácil señalar que su inclinación es a la izquierda del espectro, teniendo en cuenta su génesis como recalcitrante opositora al dictador Augusto Pinochet, así como la serie de ideas progresistas que fue desarrollando a lo largo de los años y que resultan más afines a un ideario de izquierda, se hace necesario considerar varios factores que hacen del contenido del medio no tan livianamente clasificable como pro- izquierda chilena. Es más, quizás es debido a esta inclinación que todos se apresuraron a definirla, quedando varios decepcionados en el camino.

Y es que resulta común que ronde una lógica binaria al querer definir la línea editorial de un medio, sobre todo si es político, atribuyéndosele defensas sectoriales irrestrictas, visión que no supo cuadrar con el hecho de que figuras políticas de todas las tendencias hayan sido blanco del quehacer del medio, tanto para fines humorísticos/críticos –por medio de mofas de diverso nivel– como para fines periodísticos –investigaciones, entrevistas, perfiles–, y por supuesto, no se debe dejar de lado las intervenciones a medio camino entre estos dos motivos. De hecho, es posible presenciar un relativo desacuerdo en el público respecto a la tendencia política que le asignan al medio; en las cartas

de los inicios, y hoy mismo en la propia web no es raro ver comentarios de los más diversos colores políticos, que catalogan a *The Clinic* como cómplice, referente o derechamente aliado de la trinchera política contraria a la del emisor¹⁸⁸, algo que se grafica en una situación expuesta por Fernández:

“Una vez llegó a la oficina una directiva del partido comunista. Reclamaban que estábamos perdiendo ‘el eje’, ‘el camino correcto’. Y la pregunta fue ‘¿Qué eje? ¿Qué camino correcto? ¿De qué están hablando?’. Nosotros no respondemos a ninguna de esas cosas por el estilo”¹⁸⁹.

¿Pero a qué responden en su propia visión? Y sea cual sea esta, ¿es posible para el público intentar dissociarla de una casilla política específica? En la visión de Pablo Dittborn, “cada cual tiene su tendencia personal”¹⁹⁰, en tanto Fernández afirma que como medio, “nunca han defendido ningún proyecto político particular”:

“No somos ni unos ultrones, ni unos izquierdistas fanáticos, ni nada por el estilo. Las defensas del Clinic han sido básicamente defensas de cosas que hoy en día van apareciendo más cuerdas. Nos horrorizaban en estos tiempos la existencia de detenidos desaparecidos, por eso teníamos una sección donde en cada número aparecía uno de ellos. Nos impresionaba en ese entonces el que no se permitiera desarrollar las libertades individuales, que en un lugar donde la tortura no había sido considerado pecado, se considerara un escándalo una relación homosexual...nos escandalizaba la censura cinematográfica que existía entonces y por eso nos deleitábamos exhibiendo cosas que en ese entonces podrían haber sido prohibidas. No pedíamos nada muy especial”¹⁹¹.

¹⁸⁸ En este sentido es pertinente poner atención al aspecto comercial desarrollado en el cuarto capítulo como gran factor de debate en el universo lector.

¹⁸⁹ Fernández Chadwick, Patricio. Entrevista personal. 7 de abril de 2015.

¹⁹⁰ Dittborn Barros, Pablo. Entrevista personal, 14 de abril de 2015.

¹⁹¹ Fernández Chadwick, Patricio. Entrevista personal. 7 de abril de 2015.

Teniendo en cuenta lo anterior que en vez de intentar desentrañar qué tan alineado está con alguna de las entidades políticas presentes en el panorama chileno, quizás resulta de mayor utilidad ahondar en un elemento común a la mayoría de las expresiones de *The Clinic* en su etapa fundacional y que marca fuertemente el estilo en que intentaron hacer defensa de los valores a los que hacen alusión: una gran soltura para bombardear hacia todas partes, y en el marco de toda clase de temas, y que para muchos, no fue calificable sino como “desfachatez”.

Del italiano *sfacciatezza*, la definición más directa de este vocablo es precisamente “descaro”, “desvergüenza”. Y se podría decir que es justamente este concepto el que empapó el sello de *The Clinic*, tanto por la desfachatez de la serie de sucesos y declaraciones que los inspiraron por octubre del 98 y que aludían tanto a la clase política como a la propia sociedad, como por la propia actitud que han manifestado en su producción de contenidos. Cabe acotar, por cierto, que lo que califica como tal es siempre contextual, pudiendo ser desfachatado tanto algo ofensivo, como algo real que alguien no quiere oír o incluso la inconsecuencia: es un concepto cuyos márgenes nunca se terminan de definir. Tal calificativo lo recibieron alguna vez intervenciones como *La Casa de Vidrio*, la performance de *Baby Vamp* o la famosa fotografía tomada por Spencer Tunick, y es que la inaceptabilidad de ciertos comportamientos, la invisibilización de facetas de lo humano o festivo calificadas como deshonorosas o la existencia de palabras sucias, no son sino convenciones y categorías que

algunos se encargan de desafiar; quizás esa es una de las más notables diferencias de las preocupaciones por lo popular y lo espontáneo de la obra de Juan Rafael Allende y el estilo, aunque agudo, bastante protocolar, de Jorge Délano. Por lo mismo, para efectos de esta reflexión, la desfachatez no tiene que ver con una cuestión negativa, sino que debe ser entendida como cierta “rebeldía” editorial gestada y visible en las páginas de su periodo fundacional.

Así, es posible ver que no solamente se afirmaba, por ejemplo, que tal o cual político era corrupto o inconsecuente; fácilmente se lo podía mostrar en una posición estéticamente poco favorable o señalar cuáles eran los gustos del aludido en la cama, para así redefinir la imagen pública de estas personas exponiéndolos al bochorno. Hablar con el seguidor de Pinochet y hablar con la madre de un detenido desaparecido, molestar infinitamente a un personaje y luego pedirle al mismo que envíe saludos de cumpleaños al medio también son expresiones que van en esta misma línea. Estilo, que por lo demás, Fernández atribuye en buena parte a la influencia de Enrique Symns, señalando que se trataba de un personaje *“bien curioso, bien contradictorio (...) que nos prestó el encandilamiento con la desfachatez”*¹⁹², fusionado con un humor basado en la idea -señala Gumucio- de que *“somos todos humanos, todos iguales”*¹⁹³.

Este humor llevaba la ironía, el sarcasmo y las insinuaciones al tope, algo ejemplificable con la respuesta dada tras la polémica desatada por publicar a un

¹⁹² Ibid.

¹⁹³ Gumucio Araya, Rafael. Entrevista personal. 16 de abril de 2015.

individuo desnudo como portada –titulada “¡¡Apareció Yeruba!!”-, la cual fue publicada en una suerte de comunicado:

“The Clinic informa que a causa de su última portada, hubo suplementeros que debieron pagar una multa por exhibir al corredor desnudo. Revisando la imagen y apoyándonos en la evidencia de que la razón del castigo radica en el atrevimiento de mostrar un pene con sus respectivas gónadas, planteamos que: no apareciendo uno de los testículos en la imagen, los alcaldes responsables de la multa deberán hacer el descuento correspondiente a los quiosqueros sancionados. Calculamos que un justo castigo debería considerar unos diez mil pesos por la exhibición del miembro, y algo así como la mitad de esa suma por cada coco”¹⁹⁴.

Otro ejemplo de esta actitud la exponen la ya mencionada tendencia a dar tribuna a personajes que pudieran causar polémica, como el caso de la entrevista titulada “Alexis Lopez lee *The Clinic*”¹⁹⁵, donde uno de los líderes de un solapado movimiento nacionalsocialista chileno mostraba abiertamente seguir al medio; o mostrar directamente la incredulidad de sus entrevistados respecto de la consecuencia de la revista, como la entrevista a Sergio Lagos, que titula “*The Clinic, ¿firme junto al pueblo? Sóplame este ojo*”¹⁹⁶ o incluso hacer mofa de las conexiones que se le han atribuido con las autoridades de turno, como la oportunidad en que hicieron un “llamado” a ser incorporados al nuevo gobierno:

“Symns: “quisiera ser jefe de protocolo”, Carcavilla: “mi sueño es dirigir Sernam o el INJ”, Hidalgo: “me considero el brazo derecho de Lagos”, Gumucio: “creo que me corresponde la dirección de Digeder”, Lemebel: “me contento con

¹⁹⁴ The Clinic N°23, 4 de mayo de 2000.

¹⁹⁵ Ibid.

¹⁹⁶ The Clinic N°105, 12 de junio de 2003.

la comandancia en jefe del ejército”, Andrea Lagos: “desde ahora me llamaré Panchita”, Fernández: “cualquier cosita que rente”¹⁹⁷.

Quizás una de las costumbres más llamativas, surge de hacer preguntas incómodas a personajes quienes tenían explícito rechazo por el medio como es el caso de la “Encuesta Top”. Este espacio, que comúnmente tenía preguntas absurdas, o de respuestas derechamente inventadas, para la edición 39 advierte entre paréntesis “*y no es hueveo*”, y exhibe los conceptos que diversas personalidades tienen sobre la tortura; entre dichas personalidades se encontraba Iván Moreira, ferviente adepto de Pinochet, quien les respondió “*me vas a perdonar, pero no le voy a responder nada a The Clinic. Han sido muy groseros, insolentes y hasta injuriosos conmigo*”¹⁹⁸.

Los garabatos, las imágenes subidas de tono, los chistes, desde los más agudos, hasta los más groseros o bizarros, las referencias a cuestiones del mundo privado de los involucrados –y con el paso del tiempo, de seres comunes y corrientes-, los poemas de versos entre insolentes y picarescos, las alusiones sexuales sin mayor justificación, entre otras cosas, son parte de lo que más escandalizó a quienes vieron los primeros números de *The Clinic*, más allá de la mera burla hacia la autoridad, que de por sí, requería ciertas agallas en la aun conservadurista sociedad post- Pinochet. Postura que dio origen a actitudes como la de publicar mensajes dedicado a algunos indignados

¹⁹⁷ The Clinic N°16, 27 de enero de 2000.

¹⁹⁸ The Clinic N°39, 30 de noviembre de 2000.

lectores, donde los instan a dejar de leer la revista si es que esta no les gustaba (fig. 31), o avisos donde llaman a suscribirse de manera muy poco protocolar, llamando a sus lectores “bestias”, “avaros” o “mamones” (fig.32).

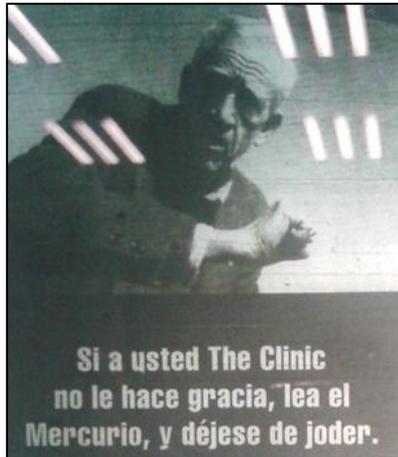


Fig. 31



Fig. 32

Aun hoy, según su director, intentan seguir cultivando este *modus operandi*, razón que le lleva a arrepentirse de haber negado a un grupo de pinochetistas, apodados “Los Galileos” en el año 2013, la publicación de un inserto pagado. En este, se expondría una carta enviada en noviembre de 1973 por Eduardo Frei a Mariano Rumor, en ese entonces presidente de la Unión Mundial Demócrata Cristiana¹⁹⁹, donde el ex mandatario chileno afirmaba la necesidad del término de la Unidad Popular y justificaba el golpe de estado. La idea de este grupo era enrostrar a la Democracia Cristiana su real postura frente al

¹⁹⁹ Centro de Estudios Bicentenario Chile. Carta de Eduardo Frei Montalva a Mariano Rumor. Disponible en http://www.bicentenariochile.cl/index.php?option=com_content&view=article&id=18:carta-de-eduardo-frei-montalva-a-mariano-rumor&catid=9:documentos-historicos&Itemid=9 Acceso el 16/05/15

golpe, y estaba firmada por 35 personalidades entre las que se encontraban Hermógenes Pérez de Arce, Carlos Cáceres, Alfonso Márquez de la Plata y Patricia Arancibia Clavel, entre otros²⁰⁰.

Si la propuesta de los adeptos a Pinochet hacia *The Clinic* puede sorprender a cualquiera, también puede hacerlo la actitud de Fernández, quien desde la tribuna editorial insistía a los del área comercial en la idea de aceptar el inserto, algo que no prosperó. “Si yo quisiera comprar espacio en *El Mercurio* y no me lo dan, me molestaría. ¿Por qué se lo voy a privar al otro? (...) quizás se deba a que yo soy más cínico”.²⁰¹ Tras la negativa, la carta finalmente fue publicada en *El Mercurio*. No se puede evitar pensar que, de haber sido publicada en *The Clinic*, probablemente habría causado problemas o al menos, cuestionamientos de parte del público, algo que, como se verá posteriormente, ya ha ocurrido con el ítem publicitario.

Esta desfachatez cultivada por *The Clinic*, por mucho tiempo, causó irritación. Pero lo desvergonzado hoy no puede ser desvergonzado por siempre, y lentamente, lo que alguna vez fue se realizó para dejar al descubierto no solo la propia desfachatez del entorno, probablemente sirvió para poner a prueba la capacidad de reír y cuestionar una mayor gama de tópicos. ¿Hay temas que son intocables? ¿Hay palabras impronunciables? ¿Hay imágenes imposibles de

²⁰⁰ La Segunda. Hermógenes cuenta génesis de la reedición (...)17/10/13 <http://www.lasegunda.com/Noticias/Impreso/2013/09/879700/hermogenes-cuenta- genesis-de-la-reedicion-de-la-carta-de-frei-montalva-a-mariano-rumor> 19/05/15

²⁰¹ Fernández Chadwick, Patricio. Entrevista personal. 7 de abril de 2015.

publicar? Y si los hay, ¿qué criterios definen de cuáles se trata? Definitivamente en el espectro comunicacional actual esta actitud ya no es patrimonio exclusivo del medio satírico, basta merodear un poco en internet para darse cuenta de ello. Sin perjuicio, claro, de que posiblemente algunos nunca acepten la idea de que un medio de comunicación serio pueda dar espacio a expresiones tan “maleducadas”.

Pero tras el análisis anterior, queda una interrogante, si es factible fastidiar a todos desde una inclinación izquierdista, ¿es posible hacerlo del mismo modo desde la derecha?

3.3 Competencia en el camino: *Ají Verde* y la estrecha jaula de la derecha

En julio del año 2012, en medio del gobierno de Sebastián Piñera, aparece *Ají Verde*, publicación de humor político que defendía explícitamente los valores de la derecha chilena y que medios de la época no pudieron evitar catalogar como un “*The Clinic* de derecha”²⁰². Aparición que, por lo demás, generó bulla, tanto por la expectación del público ante un humor desde la trinchera conservadora, como por las suspicacias en torno a su financiamiento. Su director, Santiago Ried, había sido abogado de la Secretaría General de la Presidencia del gobierno de Piñera y Alejandro Cajas, gerente general, ex

²⁰² Puro Periodismo. Juan José Lyon, editor de *Ají Verde*... 04/09/12. Disponible en <http://www.puroperiodismo.cl/?p=20502> Acceso el 25/06/15

asesor presidencial, algo que llevó a cuestionar la independencia que sus fundadores alegaban²⁰³.

“*Que no le pique*”, rezaba su slogan, apuntando a un claro afán incisivo. Buena estrategia para dejar en claro hacia dónde iba la revista que proponía un símil de las clásicas noticias falsas del *The Clinic* o chistes gráficos a modo de portada, con la diferencia que en vez de fotomontajes, se utilizaban caricaturas bastante realistas para mofarse de las principales símbolos de izquierda, sobre todo las que estaban en boga para el tiempo de su aparición: la entonces ex presidenta Michelle Bachelet, el líder comunista cubano Fidel Castro, por esos días líder estudiantil Camila Vallejo, o el desaparecido presidente de Venezuela, Hugo Chavez, entre otros. En tanto, en su interior las páginas exhibían varias notas y columnas que reflexionaban, con diversos niveles de humo, sobre temas atinentes a lo político y económico, una sección más seria dedicada a reportajes y un buen número de chistes, algunos similares en la forma a los usados al *The Clinic*, aunque no en el tono. Y es que el editor de la extinta publicación, Juan José Lyon, señalaba que pretendían cultivar un humor “irónico”, “más suave” y “producido” que el de *The Clinic*, que a su juicio, caía en la mofa ordinaria siendo más grosera que chistosa”²⁰⁴. Paralelamente, en su

²⁰³ *Ibid.*

²⁰⁴ *Ibid.*

Facebook se describían a sí mismos como la alternativa para quienes “se aburrieron de la prensa negativa, amargada y fome”²⁰⁵.

Considerando que dentro del espectro político hay mucho que criticar y que tanto izquierda como derecha hacen tienen notables exponentes de los vicios de los que puede ser víctima el ejercicio político, resulta sensato pensar que a más de alguno le haría gracia que desde la trinchera conservadora se lanzaran dardos contra sus rivales. Hay públicos para todo, y por lo demás, *El The Clinic*, no solo cuenta con bastantes adversarios ideológicos, sino que una buena parte de la población, más allá de un color político, nunca terminó de digerir un humor calificado por muchos como “vulgar”, y por otros, simplemente como “fome”. Esto permite presumir que tal vez ahí residía un nicho de lectoría perfecto para una alternativa satírico-política de derecha como *Ají Verde*, sumado al hecho siempre positivo de la ampliación de las expresiones y opiniones en una sociedad. A nadie le gustan los monopolios. Sin embargo, eso no pareció bastar, pues tras poco más de 20 números con los que no logró enganchar ni siquiera con su público –aparentemente- ideal, *Ají Verde* desapareció.

Su tono humorístico por algún motivo no hizo reír como esperaban, pese a la utilización de referencias a situaciones reales, y en varias ocasiones, con bastante creatividad e ingenio. Como por ejemplo, en la portada que alude a la reaparición de Michelle Bachelet en la escena política tras su polémica retirada

²⁰⁵ Página de Facebook de Ají Verde. Inactiva, pero aun disponible en línea. https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=428842057154014&id=393985720639648

en el marco del terremoto de 2010, comparándola con el escape y regreso de Mauricio Israel –conductor de televisión que años antes se diera a la fuga del país por deudas, para años más tarde regresar-, junto al titular “*Cagarla, arrancar, volver. (In)mundos iguales*”, haciendo guiño al nombre del *reality* *Mundos Opuestos* (fig.33).



Fig. 33 Bachelet, Israel y sus coincidencias

Sin embargo, en otras ocasiones pareciera que las burlas no alcanzan a ser graciosos o no captan la diferencia entre los códigos de lo incisivo y lo meramente ofensivo o peyorativo –aunque sea materia de debate qué es lo que califica como tal-, como por ejemplo, señalar en su sección “Rehabilitándome de la Web” –un símil de la sección de titulares falsos de *The Clinic*- que “a los

*artistas nacionales hay que darles el lugar que se merecen: el semáforo*²⁰⁶. O casos que simplemente parecen estar demasiado explicados, algo que no debería ser necesario en un chiste y que se vuelve un exceso insoportable si se considera que la mayor parte son *memes*, que de por sí ya cuentan con suficiente texto.



Fig. 34²⁰⁷



Fig. 35²⁰⁸

Y es que gran parte del tiempo su radar de lo gracioso pareciera no haberse acoplado bien a las tendencias humorísticas de hoy, y autorrelegarse a la categoría de “pernos”²⁰⁹ –como manifestaron en uno de sus editoriales-, les pasó la cuenta, dando vida a chistes, más que elaborados, algo anacrónicos, punto que consignaba por aquellos días el periodista Felipe Saleh en su nota

²⁰⁶ Ají Verde, número 14, 13 de enero de 2013, p. 9.

²⁰⁷ Ají Verde, número 10, 21 de noviembre de 2012, p. 10.

²⁰⁸ Ají Verde, número 14, 13 de enero de 2013, p. 9

²⁰⁹ El Mostrador. *El Ají que no alcanza a irritar*. 17/07/12. Disponible en <http://www.elmostrador.cl/noticias/pais/2012/07/17/el-aji-que-no-alcanza-a-irritar/> Acceso el 25/06/15

“El Ají que no alcanza a irritar”, en referencia a una noticia falsa de la sección

“Noticias Picantes”:

“No calza la nota anunciando que Camila Vallejo, vestida como la robot de la serie “La Pequeña Maravilla”, sufrió un desperfecto y “será enviada a mantención a Rusia”. Donde Rusia, claro, es una foto de industrias viejas y abandonadas. Un ñoño bien informado sabe que la gran potencia tecnológica comunista es China, o por último Venezuela”²¹⁰.

El gran *porqué* del fracaso del medio es debatible. Es posible que el humor simplemente no haya dado en el clavo; tal vez estamos en una época donde el humor inofensivo que, como los insultos infantiles –“tonto”, “feo”, “malo”-, ya no son capaces de causar ni risa ni molestia. Si bien es legítimo que hayan querido mantenerse firmes con los valores de una risa “decente” y a la vez inteligente, tampoco puede pretender imponer una estructura humorística particular a las personas, quienes por muy de derecha que sean, difícilmente reirán con chistes cuyo tono parece tener 30 años de desfase. A menos que la prerrogativa del medio fuera dirigirse a los sexagenarios de la vieja escuela conservadora, que no parecía ser el caso.

Otra de las razones podría estar vinculada al estrecho enfoque tanto en los blancos de sus dardos humorísticos como las temáticas que desarrollaban en sus contenidos informativos: lo político-económico. Es decir, con excepción de un par de chistes sobre farándula, o artículos de corte más cultural, prácticamente todo se trataba de poder. Una propuesta un tanto árida en estos

²¹⁰ *Ibid.*

días, si lo que se quiere es alzarse como una alternativa en tiempos donde la venta de papel es cada vez más baja. Quizás otro hubiese sido el resultado de haber arremetido desde la web. Es imposible saberlo.

Pero, ¿habrá sido realmente mala la propuesta o habrá tenido que pagar por el estigma que pesa sobre las producciones de derecha? Por el lado del humor, la derecha tiene en su contra el espectro demasiado limitado de cuestiones sobre las cuales se permite a sí misma reír. Sus estrechos vínculos con la iglesia, su pertenencia –o extrema cercanía- al mundo empresarial, su férrea defensa de lo que ellos consideran valores, pero que para una gran mayoría supone apoyar restricciones a la libertad de otros –en temas como las libertades sexuales o reproductivas-, los relega a mofarse solo de sus opositores políticos. En este sentido, es útil la reflexión de Rafael Gumucio, quien considera que para la derecha política es fácil reírse de la izquierda política ya que, en cualquier caso *“son dos grupos que están equivocados”*. Pero lamentablemente solo hasta ahí llegarían sus armas, porque *“como el poder de la derecha siempre es económico y moral, no puede reírse más”*²¹¹.

En efecto, eso es exactamente lo que proponía el humor de Ají Verde: fastidiar a las figuras de la izquierda. Esta es una gran diferencia con el *The Clinic*, que pese a tener ideas de izquierda, se burla de todo el espectro político –puede debatirse la fuerza con que lo hace en cada caso-, lo que amplía su

²¹¹ Gumucio Araya, Rafael. Entrevista personal. 16 de abril de 2015.

universo lector. De hecho, para Pablo Dittborn, una de las claves del fracaso de *Ají Verde* fue haber “*partido desde un error, una cosa falsa*”, que sería el asumir que *The Clinic* era una publicación leída solo por gente de izquierda²¹².

Para mala suerte de la publicación de derecha, los políticos de la izquierda chilena, por muy inoperantes o corruptos que puedan ser algunos, parecen ser particularmente aburridos, planos. De hecho, resulta paradójico que justamente sea la derecha la cuna de personajes, que sin proponérselo, resulten tan divertidos. Ya sea por sus actos o por sus declaraciones, personalidades como Sebastián Piñera, Pablo Longueira, Joaquín Lavín o Carlos Larraín, por mencionar algunos, hacen mucho más fácil la tarea de parodiarlos, algo que el *The Clinic* ha sabido aprovechar, sobre todo en las portadas. “Ellos salen riéndose de Girardi”, señala Dittborn. “*¡Girardi es cualquier cosa, menos divertido!*”²¹³.

Otra de las trabas con las que se enfrenta la derecha, es que los sectores más conservadores rinden culto al orden, a lo institucional, a lo jerárquico, en circunstancias en que, como manifiesta el profesor y artista gráfico español, Manuel Álvarez Junco, “*el humor es transgresor y subversivo por su propia*

²¹² Dittborn Barros, Pablo. Entrevista personal, 14 de abril de 2015.

²¹³ Ibid.

*naturaleza y siempre se moverá en el contrapunto, en lo informal, en lo contrario, en lo crítico*²¹⁴.

A esto se le suman los numerosos tabúes y conflictos morales a la hora de reír: un sentido excesivo del pudor y una necesidad de ocultar lo feo o lo grotesco, que los lleva a escandalizarse por expresiones vulgares o avergonzarse por las referencias a ciertas cuestiones del mundo privado, como el cuerpo, el sexo, las necesidades físicas, entre otras cosas, siendo algunas de estas elementos recurrentes del humor. Las palabras de Gumucio son ilustrativas:

*“El humor tiene como base que todos somos iguales, todos somos humanos, y lo que los humoristas llaman humano es el que caga, mea, escupe y dice tonteras. No llamamos humano al que pueda dar la vida por los amigos...eso es humano, sí, claro, pero no le interesa al humorista”*²¹⁵.

Para Rafael Gumucio, la complicación central del humor de derecha sería que “el poder no puede burlarse del no-poder”²¹⁶. En este sentido, es necesario acotar que en ningún caso se trata de insinuar que la izquierda chilena sea sinónimo de “pueblo”, ni mucho menos que esté ajeno a las cuestiones del poder; sin embargo, mientras tanto este sector político se conecta con intereses más amplios e inclusivos a nivel social, la derecha, en oposición, tiene un vínculo indisoluble y prácticamente exclusivo con el poder. Y burlarse de

²¹⁴ Álvarez Junco, Manuel. El humor necesario y la responsabilidad. 16/01/15. Disponible en http://cultura.elpais.com/cultura/2015/01/16/babelia/1421419841_842686.html Acceso el 12/03/15

²¹⁵ Gumucio Araya, Rafael. Entrevista personal. 16 de abril de 2015.

²¹⁶ *Ibid.*

quienes no pertenecen a las esferas dirigentes, si bien a alguien podría hacerle gracia, sería un humor –excesivamente- de nicho.

A la hora de reflexionar en torno a los contenidos más profundos y formales de la revista de derecha -de los cuales no interesa cuestionar su calidad-, corre similar criterio que para el humor. Sin temas que bajen del olimpo del interés por las empresas, las instituciones, el orden y el éxito –salvo contadas ocasiones-, la revista acaba moviéndose en una esfera muy lejana al común de la gente. Son preocupaciones y modos de pensar que no cruzan a la sociedad, o lisa y llanamente impopulares, como es el caso del reportaje *“Los 8 mitos y dudas sobre las AFP”*, donde se asegura que el sistema de ahorro ha sido *“tan exitoso que fue copiado en más de 30 países”* y que a raíz de la gran desinformación y difusión de mitos en redes sociales, la gente tendría una idea errada sobre el tópico²¹⁷.

Por lo demás, si se piensa en el comportamiento esperable del público ideal de esta publicación, es muy probable que al momento de buscar información o análisis serios acudan a medios como El Mercurio o La Tercera, con una propuesta de contenidos más completa, antes que a una humorística, como *Ají Verde*.

Sería caricaturizar a la derecha el exponerlos como robots ajenos a lo humano, solo interesados en cuestiones del poder. Pero lo cierto es que

²¹⁷ Ají Verde, N°14, 13 de enero de 2013, p. 20.

históricamente este sector ha sentido lejanía con los tópicos de lo común y corriente, transversales al promedio de la población. Un aterrizaje a la realidad que es vital si se espera lograr masividad en una publicación y cuya ausencia en la publicación de derecha, según Gumucio, es atribuible a que el sector conservador se siente superior al resto:

“Yo creo que la gran parte de la derecha debe creer que hay seres humanos superiores a otros y que la igualdad es una falsedad. Somos iguales. No creo que Andrónico Luksic sea superior al último de los obreros (...) los dos son unos pobres diablos”²¹⁸.

Un punto importante de recalcar es que aunque *The Clinic* partió también con un enfoque bastante estrecho y marcadamente político, la diferencia vital reside en la complejidad de la coyuntura política que lo vio nacer, la cual justificaba una cobertura “especial” del hecho y de los fenómenos sociales que se experimentaban por aquellos días. En cualquier caso, los contenidos y el foco de su humor fueron ampliándose con el transcurso del tiempo y, de no haber sido así, tal vez el semanario también habría sucumbido víctima de la aridez de una propuesta tan restringida.

En definitiva, si bien son múltiples los factores que pueden haber incidido en el fracaso de *Ají Verde*, a todas luces a la derecha le atormentan muchos demonios que condicionan su risa y limitan sus posibilidades creativas al idear contenidos cómicos. No es imposible hacer un humor de derecha, pero sí, es

²¹⁸ Gumucio Araya, Rafael. Entrevista personal. 16 de abril de 2015.

más complejo. A la derecha le complica lo subversivo, el desorden, el irrespeto, todas cuestiones centrales, sino vitales, del humor. En esas circunstancias, los únicos recursos humorísticos efectivos donde la derecha permitiría la transgresión, según Dittborn estarían expresados en personajes como Kike Morandé:

“Es un gordito suelto de cuerpo que dice unas tonteritas junto al curadito y la mina escotada (...) Sí, dice cosas que ellos no dicen en general, pero claro, no es cualquiera. Lo dice desde su posición de díscolo, desde un ‘Morandé Peñafiel’”²¹⁹.

²¹⁹ Dittborn Barros, Pablo. Entrevista personal, 14 de abril de 2015.

CAPÍTULO IV

ENTRE EL IDEARIO Y LAS LUCAS

4.1 La gratuidad: el pase vital hacia el mercado

Una de las cosas más importantes para el éxito de un medio, no importando su temática o fines, es su sustento económico. Aun con las expectativas más bajas en lo que a ganancias se refiere e incluso, si la publicación tuviese como premisa definitivamente no lucrar –entendido como sacarle provecho a la misma, sino que solo solventar su existencia-, las buenas intenciones no sustentan el funcionamiento de un medio de comunicación. Quizás hoy, gracias a las libertades que brinda el panorama digital, y la disponibilidad de sitios gratuitos para difundir contenidos de todo tipo, podría concebirse algo que no requiera de inversión monetaria –aunque claramente, sí tiempo y dedicación, a la larga, también dinero-. Pero hasta hace unos años, esto era imposible de pensar. Mucho menos en el año 98.

Como se mencionó anteriormente, *The Clinic* partió siendo un pasquín de solo cuatro páginas cuya sobrevivencia era la incertidumbre de cada edición. Dado el contexto de su aparición, el éxito era algo poco previsible para sus fundadores; no sólo atentaba contra su sobrevivencia el panorama social aun

receloso de ciertos temas, sino que su sustento monetario estaba sujeto a decisiones externas, específicamente, al comando laguista tras la suerte de campaña clandestina “*La Ola*”.

En este sentido, el gasto en que se incurrió al imprimir la primera edición del *The Clinic* simplemente se sostenía en una apuesta del equipo: la convicción de que Chile tenía una manera de pensar muy distinta a la que aparentaba y que este circo mediático que ponía a prueba la capacidad de asombro de la sociedad que lo presenciaba, sería capaz de mostrar que el *The Clinic* no era nada otra cosa que “*lo que todos conversaban al final del día o lo que se guardaban para sí frente a lo evidente*”²²⁰.

Con todo, esta era una convicción que justificaba la publicación solo a corto plazo, mientras alguien más pagara el papel. Sus creadores dicen no haber visto un negocio en ella, y que en ese minuto todo lo que se decía, era porque se quería decir y eso significaba el costo de hacerlo por amor al arte. “*Yo llame a un grupo de gente para hacer un panfleto, nada en mi cabeza en ese entonces pensaba en hacer una revista, nada. No existía esa idea*”²²¹.

Así, los primeros ocho números contaron con el sustento económico vinculado al comando de Lagos para su aparición; siendo por ello su circulación gratuita. No resulta extraño pensar que esta gratuidad fue clave a la hora de permitirle al pasquín instalarse en la escena comunicacional de esos días, el no

²²⁰ Fernández Chadwick, Patricio. Entrevista personal. 7 de abril de 2015.

²²¹ *Ibid.*

estar sujeto a un pago le permitió moverse con mayor libertad. La gente gusta de recibir regalos, tal vez para hojear y luego desechar; sin embargo, el mero hecho de que el público lo recibiera ya abría las chances de que algunas personas lo leyeran y engancharan con la propuesta.

Es esta gratuidad la que probablemente le permitió tener una suerte de clandestinidad, sin los controles o vetos que hubiese supuesto intentar difundir la irreverente propuesta por las vías regulares compitiendo con los medios convencionales y sujeto al control “parental” de las autoridades de la época. De más está agregar que intentar cobrar habría significado entrar a pelear en una cancha tremendamente desigual para las circunstancias del pasquín. Es así como los bares, cine-artes, teatros, universidades y el mano a mano fueron su plataforma de circulación de 20 mil impresiones por edición, y el mecenazgo del equipo de Marco Enríquez-Ominami, la clave de su sustento. Financiamiento, que Fernández es enfático en afirmar, no habría implicado un manejo de los contenidos²²².

Este aporte externo les permitió subsistir sin publicidad en los primeros tiempos, algo que hubiese sido un milagro conseguir. En un panorama donde el pasquín ni siquiera contaba con una editorial o un equipo definido que se explicitase en las páginas, aspirar a tener auspiciadores que quisieran o se atrevieran a publicar en *The Clinic*, era demasiado. Ni hablar de contrataciones,

²²² Ibid.

pues el dinero alcanzaba solo para la impresión. “Era una cosa bien miserable este financiamiento, porque era pagar una hoja doblada”, dice Fernández²²³. Todo lo que aparecía publicado eran colaboraciones de amigos generadas en un contexto también amistoso: nada de personalidad jurídica, ni mucho menos de oficina: reuniones nocturnas de fin de semana, alcohol, bromas y recortes de medios de la época era lo que daban como resultado al día siguiente una nueva edición del escuálido pasquín, que con la incertidumbre siempre presente, se publicó ininterrumpidamente con una periodicidad de entre 2 y 3 semanas entre cada número, tiempo en el que aumentó de 4 a 8 páginas. La dinámica fue esa hasta la edición número 8, del 20 de abril de 1999, la última con financiamiento externo.

Hay que considerar que la llegada de este momento siempre estuvo contemplada, dado que cuando la circulación del *The Clinic* comenzó estaba sujeta al contexto de primarias concertacionistas, que para el momento del corte monetario ya habían acontecido. Es más, cabe presumir que los planes de proyección en el tiempo los hicieron buscar desde antes la forma de subsistir para cuando el momento de desfinanciamiento llegase, puesto que ya en la edición N°5 comienzan a ofrecerse suscripciones en medio de chistes e imágenes sugerentes.

²²³ *Ibid.*

De cualquier forma, no importando qué tan previsible fuera este hecho, o qué evento finalmente detonara el corte del financiamiento, si el término de las primarias donde ganó Lagos o si efectivamente el chiste sobre el dedo acusador mencionado en el segundo capítulo, lo cierto es que la falta de capital marcó un antes y un después en la publicación.

4.2 La hora de la verdad: a competir

No habiendo dinero para seguir las cosas resultaban complejas, pero el impacto en el público había sido mayor del esperado, así que la solución vino de la mano del autofinanciamiento. En la búsqueda de ideas surgiría el nombre de Pablo Dittborn, a quién Guillermo Tejeda había conocido un par de años antes. Dittborn, quien vivió una buena parte de su vida en el extranjero, tenía un gran conocimiento de la industria editorial en sus aspectos comerciales y administrativos, por lo que era un buen aporte para intentar crear una estrategia sostenible en el tiempo.

Un mes o dos duraron las conversaciones y propuestas, así como la búsqueda de aliados para el proyecto. Entre esos se encontraba Rafael Gumucio, quien no se interesó por participar del proyecto, ya que como el mismo lo confesara más tarde, creía que sería *“un pésimo negocio”*:

“Mi falta de fe en la empresa me impidió ser socio de ella cuando en una terrible noche en el restaurante El Patio (QEPD), me lo ofreció. Me pedía un millón de pesos a cambio, suma que me parecía por entonces exorbitante para mi siempre cuidadosa economía”²²⁴.

Finalmente fueron tres los que se atrevieron a dar el paso: Patricio Fernández, Pablo Dittborn y Guillermo Tejeda. Tras definir los aportes de capital que realizaría cada uno, de un millón de pesos por cabeza, la empresa ya estaba armada. Dittborn se había movido bastante por aquellos días y sus gestiones habían dado frutos, por lo que la impresión, la distribución, el trato con el banco e incluso los estatutos de la sociedad, ya estaban listos²²⁵. Lamentablemente para el grupo, algo inesperado ocurrió el mismo día en que debían entregarse los aportes, y Fernández y Tejeda discutirían:

“Parece que esto venía de antes, no fue sólo ese día (...) la cosa explotó y Tejeda dijo ‘sabes, esto no va a andar, así que me voy’. Luego me dice a mí, que era su amigo, ‘Pablo, vámonos porque esto fracasó’. Pero, ¿sabes? Yo sentí que esto no había fracasado. Así que le dije ‘no, yo me quedo’”²²⁶.

Y aunque el aporte de cada uno tuvo que aumentar en medio millón de pesos para suplir el monto que Tejeda ya no haría, la apuesta se hizo de todas formas.

²²⁴ Gumucio, Rafael, *Historia Triste del The Clinic*, 5 de julio de 2013, en The Clinic Online. Disponible en <http://www.theclinic.cl/2013/07/05/historia-triste-del-clinic/> Acceso el 22/4/2015.

²²⁵ Dittborn Barros, Pablo. Entrevista personal, 14 de abril de 2015.

²²⁶ *Ibid.*

4.2.1 La bicicleta: haciendo malabares con los números

Habían pasado seis meses desde el último *The Clinic*, cuando apareció su novena edición, ahora con 12 páginas en blanco y negro, fiel a la estética del pasquín inicial y con un valor de \$200. Era el 14 de octubre de 1999, semana en que se cumplía un año de la detención de Pinochet y también casi un año de la aparición del propio pasquín, por lo que la prensa de la época estaba en un punto álgido: la cobertura en el tema Pinochet iba a ser masiva. Elegir ese momento para volver fue probablemente una decisión estratégica.

El dúo tuvo que ser precavidos en sus expectativas. Si bien Fernández señala que en el periodo gratuito imprimían 20 mil, esta referencia se basaba en ejemplares regalados, lo que no decía mucho sobre los riesgos a tomar. Si se analiza la situación, debió ser complejo apostar a cuántos de estos lectores los habían enganchado a tal nivel de lograr que pagasen por lo que antes habían leído gratuitamente; pero por otro lado, hay que tomar en cuenta que estar en quioscos podía resultar un *plus* en términos del público que estos atraen como canal de distribución formal, por lo que el *The Clinic* podría mostrarse e irse arraigando progresivamente en el inconsciente colectivo. En otras palabras, serviría para instalar una marca, lo que podía calibrar la balanza de riesgos.

Aun con la incertidumbre, decidieron imprimir 20 mil ejemplares como se había hecho hasta el momento. Tras crear distintos escenarios hipotéticos, concluyeron que si bien podrían perder los tres millones invertidos, está siempre

había sido una posibilidad. *“A nadie le gusta perder un millón y medio, pero dijimos ‘bueno, si se pierden, será. Pero probemos’.”*²²⁷ Aun no se pagaba ni oficina, ni personal, y de hecho, todo esto era gestionado en el tiempo que les quedaba de sus respectivos trabajos, ya que tanto Fernández como Dittborn tenían otras fuentes de trabajo²²⁸.

En resumidas cuentas, de no cuadrar los cálculos, lo que se perdería era solo la imprenta. Y estos fueron los resultados:

*“La primera vez se vendieron 10 mil o 12 mil. Con eso alcanzábamos a pagar la imprenta y no perdíamos dinero. Entonces, la empresa distribuidora, Vía Directa, perteneciente al diario La Nación, recomendó bajar la tirada a 16 para tener una mejor relación circulación-venta (...) pero fuimos tozudos y dijimos ‘no, vamos a una segunda edición de 20’. Vendimos 16. Y cuando fuimos a la tercera de 20, vendimos 18. Ahí empezamos a imprimir 22, y después 24...Y de pronto los números empezaron a dar”*²²⁹.

Una de las cosas que destaca Dittborn en todo el proceso es que la poca confianza del entorno comercial resultó en un gran beneficio para el *The Clinic* como empresa, ya que les obligó a no adquirir deudas con nadie, aunque al costo de no ver ganancias por un buen tiempo:

*“A nosotros La Nación no nos daba crédito. Todas las otras publicaciones, como Rocinante, por ejemplo, a quienes sí se les daba, al cerrar le quedaron debiendo al diario La Nación una fortuna. Nosotros jamás le debimos un peso a La Nación impresores”*²³⁰.

²²⁷ Dittborn Barros, Pablo. Entrevista personal, 14 de abril de 2015.

²²⁸ Fernández Chadwick, Patricio. Entrevista personal. 7 de abril de 2015.

²²⁹ Dittborn Barros, Pablo. Entrevista personal, 14 de abril de 2015.

²³⁰ *Ibid.*

De hecho, cuenta, habría sido La Nación la que les habría quedado debiendo dinero a través de Vía Directa, división que cobrara el dinero a los quiosqueros por orden de *The Clinic*. En determinado momento se habría demorado en pagarles, lo que se mantuvo durante bastante tiempo, llevándolos a reclamar a La Moneda. *“En un momento hablamos con el Secretario General de Gobierno porque La Nación nos iba a quebrar a nosotros”*²³¹.

Analizando la situación, parece haber sido clave instalar el medio a partir de un negocio de costos muy bajos, donde la mayor parte de los recursos disponibles eran ocupados en mantener al día los tratos de impresión, lo que se lograba con el dinero recuperado en ventas. De este modo, la gran apuesta era lograr meterse en el mercado, sacrificando con ello la posibilidad de lucrar durante una fase inicial y obligando a la revista a vivir de colaboraciones de amigos del mundo en que se movían –muchos quienes habían participado en el periodo en que era un panfleto gratuito-, y que, como señala Rafael Gumucio, *“se les citaba a reuniones cada 15 días, habiendo pago en alcohol y comida”*²³².

*“El hecho principal es que el The Clinic nace y crece muy muy pobre. No hay plata para fotógrafos, ni periodistas, ni dibujantes (...) De hecho, no se le pagó a nadie hasta muy avanzado el tiempo, unos 2-3 años después de aparecer”*²³³.

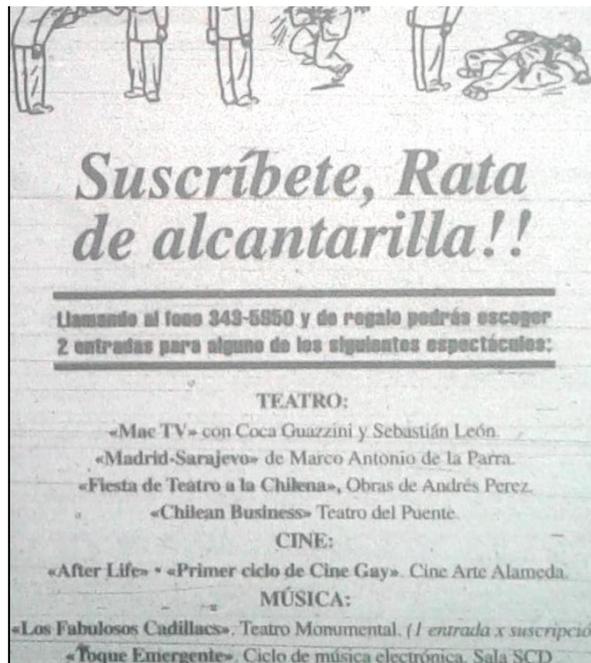
²³¹ *Ibid.*

²³² Gumucio Araya, Rafael. Entrevista personal. 16 de abril de 2015.

²³³ Fernández Chadwick, Patricio. Entrevista personal. 7 de abril de 2015.

Pero una vez que la relación entre circulación y venta calzó, en buena medida gracias a las suscripciones que fueron consiguiendo con campañas muy originales (fig. 36) comenzaron las progresivas modificaciones en el precio. El periódico fue afianzándose en el mercado y este nicho de lectoría, cada vez más amplio, generó una retribución monetaria de mayor calibre, prosperidad económica que comenzó a cambiar la dinámica de trabajo al interior del medio con el paso de los años: primero aparecen pagos “nominales” a columnistas que antes solo colaboraban por cariño al proyecto, como Enrique Symns, Ángel Carcavilla, Rafael Gumucio, Pedro Lemebel, entre otros. Más tarde se permitieron pagar a las primeras practicantes que tuvieron en sus filas, aunque “llegamos varias (practicantes) juntas, estaba la Lorena (Penjean) y la Andrea (Lagos) y al principio no nos pagaban nada. Durante mucho tiempo no vimos un peso. Con el tiempo comenzaron a hacerse pagos, pero que, de todos modos, nunca alcanzaron a ser importantes”²³⁴. Estas mismas practicantes más tarde pasarían a formar parte del equipo estable del medio.

²³⁴ Tamayo, Tania. Op. Cit.



Pero el tiempo fue pasando, y el progresivo aumento del tiraje del *The Clinic* fue estabilizó sus arcas. Ya para el año 2001, otros medios consignaban el éxito que estaba teniendo el que antes fuera un pobre pasquín por el que pocos apostaban, señalando *“lo que en un principio se pensó como un simple folleto, ahora es un diario con todas las de la ley con secciones fijas, colaboradores y una importante tirada- cerca de 50 mil ejemplares”*²³⁵. Lo anterior es sumamente notable, ya que a diferencia de otros medios, que recibían sus dividendos de la venta y la publicidad, el *The Clinic* siempre mantuvo una relación tormentosa con el mundo del avisaje, siendo la circulación durante mucho tiempo su única arma de sobrevivencia, y la que por suerte, cada año arrojaba números más

²³⁵ Cooperativa. Tertulias del Nuevo Periodismo en Borde Río. 10/04/01. Disponible en <http://www.cooperativa.cl/noticias/cultura/tertulias-del-nuevo-periodismo-en-borderio/2001-04-10/160300.html> Acceso el 27/02/15

alegres. Es más, el curso que estaba tomando el proyecto había ameritado la unión de un tercer socio, el empresario cubano Mario Lobo.

El incremento en la cantidad de páginas, la evolución hacia el color –ocurrida en el número 100, y que en el caso de la portada marcó un hito en su visualidad, ya que el interior continuó teniendo algunas cosas en blanco y negro-, y la conformación de un equipo estable con periodistas pagados que daban lugar a una producción de contenidos segura y diversa, fueron gastos en los que se pudo incurrir gracias al éxito del tiraje²³⁶. Es más, en su edición 217 del 2 de septiembre de 2007, la publicación deja de tener carácter quincenal para pasar a ser un semanario.

Sin embargo, esto no solo podía explicarse en los números de circulación, que por lo demás, explotaban cuando aparecía Pinochet –*“la cantidad de Clinics que vendo por lo menos se doblan cuando ha salido Pinocho (sic) en portada”*²³⁷- algo que se mantiene al día de hoy, aun cuando la circulación va en baja-; los ingresos del medio también aumentaron gracias a los constantes aumentos de precio, que normalmente aparejaban, ya fuese un aumento de páginas, una edición especial –en cuyo caso el precio elevado era solo por dicha ocasión-, o el cambio a color. Y en otros, simplemente subió sin razones que se pudieran reflejar en el plano físico de la publicación.

²³⁶ Dittborn Barros, Pablo. Entrevista personal, 14 de abril de 2015.

²³⁷ Gallardo Jaqueline, Kiosko Paseo Huérfanos. Entrevista personal, 1 de julio de 2015.

Variación precio/tiempo

Número de Edición y año.	Precio (\$)
1-8	Gratuito
9 (1999)	200
20 (2000)	250
66 (2001)	300
101 (2003)	500 (cambio a color)
173 (2006)	700
302 (2009)	800
427 (2012)	900
524 (2013 –precio vigente a julio de 2015)	1000

Otro de los aspectos relevantes de mencionar en términos de ingresos por venta de papel, es el uso de una técnica común de diarios y revistas como estrategia de apoyo a la circulación, que para estos efectos denominaremos como “agregados”. Cada cierto número de ediciones, al comprar la revista más un monto de dinero, permiten adquirir *CDs* musicales, libros o películas y, de hecho, kiosqueros afirman que en estos días, donde la venta general de los kioscos ha bajado, los “agregados” del *The Clinic* son un buen aliciente para la venta, “sobre todo cuando vienen con libros”²³⁸. Con todo, y aunque la circulación ha ido a la baja, dejando a *The Clinic* con aproximadamente 10 mil ejemplares vendidos semanalmente, su posición en el mercado sigue siendo importante. En el año 2014, sus índices de lectoría arrojaban más de 147 mil

²³⁸ *Ibid.*

lectores por edición, siendo la revista semanal más leída, y estando en el ranking general solo detrás de la revista Cosas, que cuenta con 10 mil lectores más en promedio, pero que sale quincenalmente, teniendo el doble de exposición por número²³⁹.

4.2.2 La publicidad: un cuento aparte.

Si hay una dificultad importante que *The Clinic* ha tenido que sortear a lo largo de la historia su historia, esa es la publicidad. Hay dos razones para afirmar esto: primero, porque desde los inicios le ha sido esquivada; segundo, porque una vez que comenzó a ganar la confianza de avisadores, fue la confianza del público la que comenzó a tambalear.

Es sabido que el avisaje es parte central del sustento de los medios impresos, sobre todo hoy en día, donde la masificación del internet ha gatillado una transferencia de lectores desde el papel hacia la red, por lo que el mero tiraje escasamente cubre los costos de la propia impresión y mucho menos los del personal asociado al medio. De hecho, en este sentido, la creciente publicidad de los sitios de internet de las revistas y periódicos se ha vuelto una buena ayuda para las arcas de los medios, algo en lo que *The Clinic* no ha quedado atrás, pero que será tratado más adelante.

²³⁹ Estudio General de Lectura Valida-IPSOS, para el periodo julio 2013-junio 2014.

Como se mencionó, en sus comienzos *The Clinic* no fue visto como un medio de comunicación, ni como un negocio. Por lo mismo, no tuvo publicidad alguna en sus primeros ocho números de circulación gratuita. Ya en la segunda decena de ediciones, paralelamente al desafío de ganar la confianza del público, comienza la lucha por conseguir financiamiento por medio de los avisajes, lo que resultó tremendamente problemático dado el perfil de la revista. Su transgresión editorial, el tono de su humor y su lenguaje, y el perfil estético de la misma, mientras poco a poco enganchaban al público, paradójicamente en términos de publicidad lo relegaban a un nicho complicado de apostar.

“Se resistían a poner avisos porque no querían abonar por esta mierda que era El Clinic, que los ponía en peligro al contradecir en buena medida los intereses de la gran empresa chilena, que es un asunto muy determinante de la injusticia nacional (...) El Clinic nunca les ha hecho mucho el amén”²⁴⁰.

Es así como las primeras señales de publicidad vienen de la mano de pequeños avisos del mundo cultural y afín a la izquierda, como compañías de danza, teatro, lanzamientos de libros, talleres discos independientes (figs. 37 y 38) y actividades musicales, los cuales según los socios del medio habrían sido casi todos gratuitos, *“por pura amistad (...) cuando mucho, a cambio de unas entradas”²⁴¹*, debido a la falta de presupuesto que les constaba, existía (y existe) en el mundo cultural y que reserva la publicidad a productos que vendan

²⁴⁰ Fernández Chadwick, Patricio. Entrevista personal. 7 de abril de 2015.

²⁴¹ *Ibid.*

“de millones para arriba (...) por ejemplo, colocar un aviso en El Mercurio o La Tercera te puede comer todas las utilidades de la venta de un libro”²⁴².

Los primeros avisos que calzaron con los patrones publicitarios comúnmente observables en revistas, se encuentran los publicados para Feria del Disco (fig. 39) y la Universidad ARCIS, recurrentes durante sus primeros años. Sin embargo, Dittborn se apresura en aclarar que en el caso de ARCIS, esta no significó un gran aporte en términos monetarios, porque *“nos demorábamos un año más o menos en cobrar (...) no se podía contar entonces con ese dinero”²⁴³*. Es más, Dittborn considera que los que podrían haber sido aliados de izquierda no lo fueron en términos publicitarios, debido a que tendrían la mala costumbre de ser *“llorones en términos de dinero hasta decir basta”²⁴⁴*.

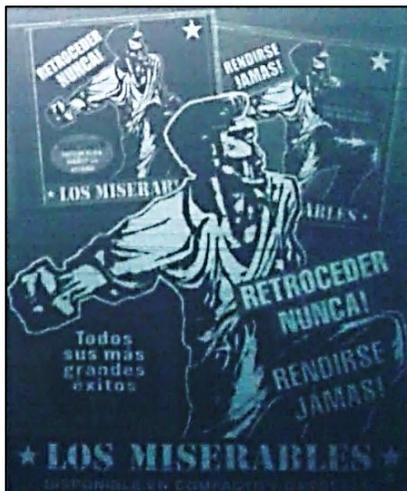


Fig. 37



Fig. 38

²⁴² Dittborn Barros, Pablo. Entrevista personal, 14 de abril de 2015.

²⁴³ Ibid.

²⁴⁴ Ibid.



Fig. 39

Considerando estas circunstancias monetarias, y en medio de la práctica habitual de publicar a cercanos por relaciones fraternales, se atrevieron a hacer un par de experimentos para ver cómo reaccionaba el mercado. Fue así como el hermano de Pablo Dittborn, propietario de una agencia de publicidad, propuso la publicación –a su riesgo- de un aviso para la marca Audi, promocionando el automóvil Audi 93. El aviso consistente en dos imágenes en páginas intercaladas, mostraba al auto alejándose en una, y volviendo, en otra. Los mensajes de ambas armaban la frase, muy en el tono del medio, *“El único automóvil que te puede llevar al infierno²⁴⁵ y traerte de vuelta²⁴⁶”*. El resultado fue fatal: Se llenaron de cartas al director enrostrándoles haberse vendido al

²⁴⁵ *The Clinic* N°28, jueves 29 de junio de 2000, pp. 11

²⁴⁶ *The Clinic* N°28, jueves 29 de junio de 2000, pp. 13

sistema y la falsedad de su discurso; por otro lado, el gerente de Audi consideró imposible pagarles porque ya el hecho de haber aparecido en *The Clinic* “podía costarle el puesto”²⁴⁷.

Pero no desistieron, y para combatir esta reticencia el equipo comenzó a idear estrategias creativas para llamar a publicar en sus páginas. Es así como durante casi todo el año 2000 se promocionaron como plataforma de avisaje usando el mismo desenfado que los hacía tan criticados (figs. 40 y 41), pero que al mismo tiempo les reportaba cada vez mayores cifras de tiraje, apelando a llegar a productores de papel higiénico, productos para animales hasta estudios jurídicos. Sus incentivos eran datos como que “40.000 compradores no pueden estar equivocados” o mensajes rebosantes de humor negro:

“Cada vez que lanzamos *The Clinic* nos llaman ministros, abogados, concejales y uno que otro diputado. ¿Qué medio te puede ofrecer un grupo objetivo tan selecto?”²⁴⁸.



Fig. 40



Fig. 41

²⁴⁷ Dittborn Barros, Pablo. Entrevista personal, 14 de abril de 2015.

²⁴⁸ *The Clinic*, jueves 18 de octubre de 2000.

En todo este proceso evolutivo se hace necesario mencionar una de las primeras marcas conocidas que confió en *The Clinic*. Se puede discutir sobre las motivaciones de *Triumph* para aceptar publicitarse en este medio, ya que si bien Fernández afirma que se habría tratado porque a su gerente le gustaba la revista, podría presumirse una afinidad del rubro lencería con una publicación que mostraba sin tapujos imágenes de alto contenido sexual y bastante liberalidad en los temas en torno al cuerpo. No es menor que en tiempos de escasez publicitaria la marca haya hecho 14 avisos en un año, algunos de doble página, trato que por esos días era toda una hazaña.

Dittborn y Fernández cuentan que en dicha ocasión quedaron felices por el acuerdo. *“Pensamos que esto haría reaccionar al mercado”*²⁴⁹. Pero no sucedió nada. Es más, una vez que comenzaron a aparecer los productos *Triumph* en la revista, Roberto Cruz, habría comenzado a recibir ofertas de revistas de El Mercurio para dejar de avisar en *The Clinic*, *“preguntándole cuánto le cobrábamos nosotros y ofreciéndole por el mismo dinero, el doble de páginas. Pero Roberto fue leal y se lo agradecemos hasta el día de hoy”*²⁵⁰.

Pero las cosas no podían ir mal por siempre, y con el tiempo fue posible acceder a que marcas de la talla de Coca-Cola o VTR se arriesgaran a hacer alianzas con el perfil *The Clinic*, lo que si bien ayudó a las arcas, trajo de vuelta

²⁴⁹ Dittborn Barros, Pablo. Entrevista personal, 14 de abril de 2015.

²⁵⁰ *Ibid.*

el efecto causado años antes por el AUDI. “Blas Tomic (presidente ejecutivo de VTR) fue el primero que colocó un aviso importante de página entera... ¡de pronto el público pensó que nos estamos haciendo ricos!”²⁵¹.

Respecto a estas complicaciones desde tantos los frentes del público como de los avisadores, cabe considerar que uno de los grandes problemas surge dado que poseer una línea editorial alternativa que condiciona los avisos de la industria tradicional que le gusta que haya una asociación de marca mucho más clásica, no subversiva ni desfachatada en sus temas y en su tono. Al menos esa es la percepción que se tuvo en los inicios y que ha ido cambiando progresivamente. Con todo, cabe preguntarse si justamente lo arriesgada línea que ha tenido *The Clinic*, le ha permitido ir ganando avisaje de ciertas marcas que en determinado momento han necesitado de un concepto como el del medio tras sus ideas fuerza, ya sea por campañas especiales o momentos marcados por determinada contingencia, como quizás sucedió en sus inicios con la mencionada *Feria del Disco*, de público marcadamente juvenil.

Por otro lado, las expectativas del público con un condicionamiento no menor, algo que se grafica con una situación relativa al avisador “Hidroaysén”, que de hecho, fue motivo de cuestionamientos:

“Hidroaysen estuvo publicando con nosotros, y “durante todo ese tiempo mantuvimos una línea en contra de ellos. Se podía ver en la línea editorial (...)

²⁵¹ *Ibid.*

*pero los lectores comenzaron a hacer un bullying tan tremendo que yo dije 'no va más' y lo sacamos"*²⁵².

Situaciones como la antes descrita los ha llevado a abstenerse de realizar ciertos tratos, para así evitar campañas del público contra ellos por las marcas involucradas. Aun cuando Dittborn asuma la dificultad de rechazar avisos que por página podrían significar 2 millones de pesos en entrada publicitaria, la que nunca es completamente estable:

*"No debería decirlo, pero rechazamos una cosa de Monsanto, los transgénicos. Me llamaron, pidieron precio, nos demoramos y al final dijimos las mismas mentiras que nos dicen a nosotros. 'No tenemos espacio'. Es que nos habríamos hecho mucho daño"*²⁵³.

Pero las campañas del público no solo se han hecho por sus marcas. Otros sectores las han hecho contra sus contenidos, gatillando que las propias marcas que parecían ganadas, se marginaran:

*"Mira (indicando un papel que tiene en su mano), aquí tenemos un correo enviado a mucha gente por una señorita Catalina Valdés, que dice: 'no compren productos de quienes mantienen con sus anuncios a estas revistas. Pídeles que dejen de ser auspiciadores-cómplices de este tipo de ofensas. Hemos escrito a CCU por anuncio de Cristal en la web del The Clinic y lo han retirado. Esto demuestra que los ciudadanos si podemos hacer algo. Reclama"*²⁵⁴.

Es más, Patricio Jottar, Gerente de CCU y Legionario de Cristo habría hecho lo mismo que la mujer de la carta. *"Él es de los que criticaron al Papa cuando*

²⁵² Fernández Chadwick, Patricio. Entrevista personal. 7 de abril de 2015.

²⁵³ Dittborn Barros, Pablo. Entrevista personal, 14 de abril de 2015.

²⁵⁴ *Ibíd.*

castigó al cura Maciel (...) le mandaron cartas incluso a la imprenta para que no nos imprimiera (...) ¿Sabes? A nosotros el año pasado nos censuró Movistar, por una nota que hicimos sobre cine porno chileno. Una nota, pésima, no importa, pero no fue sobre "las telefónicas roban", o "las trasnacionales son criminales", no. ¡Fue cine porno chileno!"²⁵⁵

Parece sorprendente lo que expresa Dittborn, en circunstancias de que es conocido por todos que *The Clinic* nunca ha tenido una política temática recatada, ni un lenguaje precisamente de etiqueta. Por lo mismo, que una gran marca como Movistar, recién se enterase del estilo del medio solo tras ver una nota que mostraba "un cine porno chileno feo, decadente, sucio, penca"²⁵⁶, da para instalar ciertas preguntas, ¿es posible que al momento de hacer el trato comercial con *The Clinic* nadie en Movistar hubiese notado el perfil del medio? ¿Realmente afecta el lenguaje o las temáticas de un medio a la efectividad de las campañas de marketing? Cualquiera fuese la respuesta, el caso es que *The Clinic* quedó fuera de "Modo mundial", campaña que les hubiera reportado 40 millones de pesos.

Según Dittborn mucho de esto se ancla más en una cuestión valórica que estratégica, de decisiones vinculadas a las militancias éticas de los involucrados en las empresas chilenas, y que eso explicaría que la mayoría de sus

²⁵⁵ Ibid.

²⁵⁶ Ibid.

avisadores sean transnacionales con gerentes extranjeros, personas que están fuera de la dinámica chilena en términos de idiosincrasia.

En resumen, a lo largo de la existencia como se observa que durante mucho tiempo la revista lidió con una suerte de segregación desde varios frentes. Por un lado estaba el empresariado, que se negaba a darles espacio en el mundo publicitario ya fuera por el cuestionamiento al sector empresarial, como señaló Fernández; por las razones valóricas esgrimidas por Dittborn, o incluso las meramente prácticas, que los instaban a no dañar su imagen asociándose al concepto que aparejaba *The Clinic*. Lo mismo sucedía con la indiferencia del aparato público, que durante los gobiernos concertacionistas ha visto pasar a personajes que alguna vez fueron cercanos al periodo de génesis de *The Clinic*, pero que más tarde cortaron todo vínculo con este, algo que en su momento Dittborn afirma los hizo reclamar:

"Fui a hablar con Osvaldo Puccio, Ministro Secretario general del gobierno de Lagos, le dije 'Oye, nosotros nacimos con la campaña de Lagos y en 6 años no nos han hecho nada'"²⁵⁷.

Qué decir de la relación con el gobierno de Piñera, que de hecho, estuvo en la mira por su supuesta conexión con el lanzamiento de Ají Verde, el llamado "*The Clinic de derecha*". "*Nos hacían la vista gorda cuando teníamos 45 mil*

²⁵⁷ Ibid.

*ejemplares quincenales. Nadie en Chile vendía ni leía como nosotros, ¡duplicábamos a cualquiera!*²⁵⁸.

En cualquier caso, esta siempre complicada relación entre el medio y los avisadores, ha motivado que el medio haya armado en su imagen-marca el escudo frente a las adversidades del medio en el que la revista se mueve. Esa misma que muchos aun no logran digerir y que les permitió comenzar a desarrollar otras vetas comerciales que innegablemente están dando un tremendo respaldo económico al proyecto *The Clinic*.

Mientras tanto, y gracias a esa tranquilidad, dicen seguir dándose el gusto de publicar a amigos, como en los primeros tiempos:

*“Ayudamos colocando un aviso al mundo del cine, o del libro...eso también lo hace El Mercurio con algunos grupos, las iglesias, los criadores de caballo que le gustan mucho a Edwards. Cada uno tiene su corazoncito donde quiere. Pero nosotros hemos contribuido a muchos y mucho. Calladitos y bien”*²⁵⁹.

4.3 La marca: el motor de un pulpo comercial

4.3.1 The Clinic Online

En mayo del 2011 hizo su aparición *The Clinic Online*, el sitio web de la revista. Aunque fiel a la tónica de la revista tanto en el humor como en lo estético, en un inicio poseía escaso contenido original, siendo muchos de los

²⁵⁸ *Ibid.*

²⁵⁹ *Ibid.*

elementos presentes una especie de “vista previa” del contenido publicado en el papel, al que no se podía acceder online. De este modo, durante una primera fase hizo las veces de sucursal del *The Clinic* en la red, marcando presencia, pero principalmente haciendo de puente para que el público web se interesara por adquirir la revista y con ello aumentar ventas.

Sin embargo, el sitio fue creciendo a pasos agigantados, tomando forma como plataforma de contenidos en sí misma y funcionando bajo una dinámica propia que utiliza las herramientas brindadas por el espacio virtual. Así convergen una multiplicidad de recursos como imágenes, videos, infografías, links a contenidos externos, entre otros, que se mezclan con los elementos publicitarios interactivos como *banners* rotativos.

Pese a que buena parte de los contenidos de la versión papel y la plataforma web, *The Clinic Online* cuenta con equipo propio y existen secciones exclusivas de la versión virtual que consideran los recursos propios del internet. Esto tiene especial importancia para la publicación de informaciones que requieren de actualización constante o difusión rápida.

Del mismo modo, tiene gran relevancia la publicación de contenidos potencialmente viralizables, tanto de generación propia como tomados de otros sitios, los que combinando texto, imágenes (fijas o *gifs*) y videos, utilizan herramientas web como los *tags*, para su clasificación, o *widgets*, para que los

usuarios compartan el contenido y aporten en la propagación del mismo en redes sociales como *Twitter*, *Facebook*, entre otros.

Uno de los aspectos más interesantes del funcionamiento paralelo de las versiones papel y web de *The Clinic*, es la relación de interdependencia de ambas en el sentido de que desarrollar cierta cantidad de contenidos (o presentación) originales para cada dispositivo, hace que cada cual tenga su pequeña parrilla temática que ofrecer, no volviendo prescindible la otra plataforma.

Mientras otros medios poseen una versión papel y una web muy similares, aunque con el plus que la web otorga al posibilitar modificaciones a la información en desarrollo, la periodicidad con que salen o la propia línea editorial les hace tener una limitación en sus contenidos por edición. Así, y sobre todo para el caso de los diarios, sus versiones papel y web pueden ser altamente intercambiables, pudiendo prescindirse cada vez más del primero.

Quizás esto mismo explica en parte la estabilidad del tiraje del semanario, dado que la diferencia de contenidos conmina a los lectores a adquirir el papel para acceder a contenidos exclusivos de esta versión, los que se mantienen más cercanos al sello clásico de la revista, y por qué no decirlo, más *vintage*.

De todas formas, el sitio de *TheClinic.cl* mantiene una estética similar a la del papel, respetando el estilo retro tanto para la tipografía, elementos visuales y vínculos que posee la página (fig. 42).



Fig. 42 Logo *The Clinic Online*

Ajustándose en cierto modo a la presentación de los sitios web de noticias, el espacio cuenta con las categorías clásicas de tipificación de información, varios de los cuales tienen nombres “alternativos” creados por el equipo, que de todos modos permiten presumir el real contenido de los mismos. De este modo se encuentra *Chilean News* (Nacional), *Poder* (Política), *Mundo al Instante* (Internacional), *Columnas* (Opinión), *Deportes y Cultura*. De igual manera posee espacios característicos de resalte de contenido como *Lo último*, *Temas del día*, *Recomendamos* y *Lo más Visto*.

Por otro lado se pueden encontrar secciones originales que siguen la tónica de las secciones del papel, como *La Calle* y *Webeo*, que agrupan contenidos más urbanos y misceláneos (el primero de corte más serio, el segundo es prácticamente una caja de pandora), “La Carne”, sección que agrupa contenidos relacionados a lo sexual y que usa el nombre de la antigua sección de la revista que relataba las aventuras sexuales de la acomodada Carolina Errázuriz Mackenna; *The Clinic Around The World*, que expone las fotos que los

lectores se han sacado con la revista en diversas locaciones alrededor del mundo y el clásico “¿Sabía usted qué?”, espacio que en su versión papel es creación del equipo editorial y que en este caso, se trata colaboraciones del público.

The Clinic TV es otra sección interesante del sitio, ya que si bien no tiene contenido de autoría propia, publica *trailers*, películas (con el *tag* “*cine en su casa*”) y documentales que están disponibles en sitios externos en la web, principalmente alojados en *Youtube*.

Cabe destacar que uno de los elementos más particulares que posee la web es la creación de distintos juegos cuya temática y objetivos obedece a la contingencia. Así se puede encontrar “*Ezzati Invaders*” (fig. 43), en que el Cardenal Ricardo Ezzati debe acabar con condones, pastillas Postinor, abortos y con la propia Michelle Bachelet, antes de que estos acaben con él; “*Tómate el copete antes que te cierren el bar*”, que alude a la ordenanza dictada por la alcaldesa Josefa Errázuriz en la comuna de Providencia; “*Pacman ‘Suarez Edition*”, que parodia el episodio ocurrido en el Mundial de Brasil 2014, donde el futbolista uruguayo Luis Suarez mordió al italiano Giorgio Chiellini; o “*Ayuda a Pinochet a escapar del infierno*” (fig. 44), cuyo nombre se explica por sí solo.

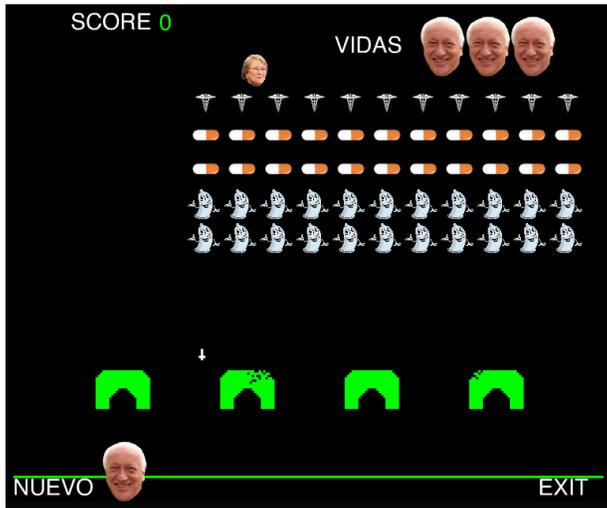


Fig. 43 “Ezzati Invaders”



Fig. 44 “Ayuda a Pinochet a escapar del infierno”

Por último, hay que mencionar que, siguiendo la dinámica de la mayoría de los medios de comunicación digitales -y en general de casi todos los sitios web con alto número de visitantes- se aprecia publicidad en forma de cortinas, *banners*, *skyscrapers* o botones, tanto en la página principal así como en las diversas secciones.

4.3.2 Librería *The Clinic* (online)

Alojada en el sitio The Clinic Online, esta librería virtual no dista mucho de otras librerías virtuales, con la diferencia que aprovecha al medio de comunicación como trampolín de venta. Cuenta con un amplio catálogo que aborda desde títulos del área de la administración hasta libros relacionados a

figuras de la política, pudiendo encontrarse ejemplares de la biografía del fallecido animador Felipe Camiroaga, *“Demasiado Joven”*, de Ximena Torres Cautivo, así como el libro *“Hijas de General: la historia que cruza a Bachelet y Matthei”*, de las autoras Rocío Montes y Nancy Castillo.

4.3.3 Bar *The Clinic*:

Sin duda una de las ramas de negocio más importantes de *The Clinic*. El primero de sus bares, que hoy ya suman 4, fue inaugurado en abril del año 2010 en Calle Monjitas 578, en la antigua casona del Partido Radical en el sector del Parque Forestal, clásico punto bohemio de la capital. La propuesta utiliza el humor y la estética de la revista tanto para la ambientación del lugar como para la creación de los estrafalarios nombres de su menú, trasladando el concepto del *The Clinic* a un plano espacial.

4.3.3.1 El concepto vuelto espacio:

En el caso del Bar *The Clinic* de Santiago, se pueden encontrar espacios empapelados con las portadas de antología de la revista, así como sectores con distintas temáticas y nombres originales, como el caso del *“Salón Upelientos”*, sector privado donde las paredes muestran imágenes de Salvador Allende, y

frases como “*Momia, pituca, cocíname la diuca*”, o “*¿Sabía usted que algunos DC son tan viejos que parecen AC?*”. O la terraza, área al aire libre donde existen una suerte de nichos falsos, que simulan ser las tumbas de diversas figuras, como la de Ximena “reguleque” Ossandón – ex directora de la Junji durante la administración de Sebastián Piñera-, cuyo epitafio reza “*Karadima es un prócer de la iglesia*”.

En cuanto al menú, la mayor parte de su oferta tiene nombres relativos a momentos y/o personajes emblemáticos de la política chilena o incluso de la farándula local, como el caso del “*Longueira*” (longaniza de chillán XL, con papas cocidas y cebolla frita), que alude al parodiado político de derecha, Pablo Longueira; el Cerdo Dávalos (pierna de “*chancho winner*”, cebolla reducida y mayonesa casera con ajo), en honor al hijo de la presidenta Michelle Bachelet; o el “*Marepoto*” y el “*Tusunami*”, versiones del clásico trago “*terremoto*”, que deben su nombre a los lapsus linguae del ex – presidente Sebastián Piñera. Resulta muy interesante que la carta simule ser la revista *The Clinic*, conteniendo el mismo tipo de chistes y fotomontajes los que se entremezclan con la oferta gastronómica (fig. 45).

SECCIÓN NOVEDAD EDICIÓN

BAR THE CLINIC SANTIAGO

¿¿¿CÓMO CHUCHA NO ENTIENDEN?? SI LA REFORMA ES CLARITA

Carta

Ofrece:

RICOS PLATOS CALIENTES • ENSALADAS • LOS MEJORES VINOS
LAS PISCOLAS MÁS CABEZONAS • CERVEZAS Y SCHOP • TABLAS Y PICOTEOS VARIOS

RICO MENÚ
FIRME Y FLOR DE MENÚ

★ PAL PELAMBRE

Datos	Tradicionales	Picantes
• Tabla de Pulpo al olivo \$ 8.800 (Pulpo en salsa de aceitunas maduras (picante y normal), aceite de oliva y pimienta)	• Tabla The Clinic \$ 11.900 (Crema de carne con chinchichari, arepas, huaos, empanaditas fritas de pino y queso, chirimón a la parrilla y ajonjolino)	• Pollo Culito \$ 6.300 (Distributo de pollo frito con mariposa, ajonjolino de tomate y ejote del grano)
• Palentina Libre \$ 12.900 (1/2 kg de pollo, un pimentón rojo, una berenjena y dos zapallitos, con salsa Humita y Humita para acompañar)	• Tortilla Española Sin chorizo \$ 4.200 Con chorizo \$ 4.900	• Blanco Pili \$ 6.300 (Filete de pollo, camarones, cañita, cebolla y cilantro en salsa blanca)
• Pizzas Dóvalos \$ 7.900 (Tamaño porción de pizza italiana debajo de dos hueveritas con tusas preferenciales. Mandi para marcos con tomate)	• Guatón Salidas \$ 7.900 (Bandeja de 8 rejas empanadas de queso)	• Datatas Bravas \$ 5.900
	• Pastuss del Clinic (Cristinos) variadas: jamón serrano, queso cabanbert, queso, camaron y otros cubitos \$ 8.800 8 unidades \$ 13.800 15 unidades \$ 15.900	
	• Catedral con Puente \$ 7.900 (Selección de 5 Cervezas: Corona, Berengena, Pils, Pils y Mochelito)	

PAR DE HIJOS DE PENTA

Según encuesta Adimark

DÁVALOS ES EL POLÍTICO QUE MÁS TERRENO GANÓ ESTE AÑO

Socorristas

RESCATAN JUBILADO DEL FONDO DE UNA AFP

Sugerencias acogidas de twitter

• Dittborn con Biche...remoy
• Cacho Dittborn
• Gordi Van Beer

Envíanos las tuyas a @bartheclinic

Fig. 45 Carta diciembre de 2014 Bar *The Clinic* Santiago

4.3.3.2 La promesa de independencia

Una de las claves del éxito de los bares, es que funcionan bajo el modelo de franquicia. Ello ha facilitado la ampliación de este nicho de negocio para la revista, puesto que no es otra cosa que arrendar la marca. Es más, los propios socios tras la revista aseguran que los bares *The Clinic* serían una de las mejores cosas que han hecho, ya que no requieren de inversión económica, solo la inversión de marca “que hemos desarrollado y ganado en 16 años”²⁶⁰.

En este sentido, la creación de la franquicia es la máxima expresión de cómo se fue gestando un concepto que engloba una serie de ideas, las que una vez

²⁶⁰ Dittborn Barros, Pablo. Entrevista personal, 14 de abril de 2015.

instaladas en el imaginario del público pueden aterrizar a otras áreas totalmente ajenas a una revista, en este caso, al espacio físico de un bar-restaurant. La fidelidad con el “estilo” del *The Clinic* que exhibe cada una de las franquicias, manifiesta la fuerza del humor irreverente, una preocupación por ciertos temas y una estética particular, todos elementos clave para la identificación del público con lo que, en términos comerciales, no es otra cosa que la marca *The Clinic*.

Y aunque no es posible afirmar que la clientela de los bares sea necesariamente lectora de la revista, el humor y el estilo cultivado por esta es vastamente conocido tanto por lectores como por quienes quizás tan solo han visto las portadas en la calle. Considerando lo anterior, y que las referencias humorísticas y estéticas cruzan todos los espacios en los bares, es posible presumir que quienes los frecuenten tengan un particular gusto por la misma, pues el estilo grotesco y bizarro son algo manifiesto en el lugar y no son precisamente algo calificable como convencional.

Hoy, además del bar “original” de Santiago Centro, existen tres bares más: Bar *The Clinic* Plaza Ñuñoa, Cervecería *The Clinic* Barrio Brasil - y Bar *The Clinic* Viña del Mar, y próximamente se abrirían dos nuevas franquicias en Antofagasta y Valparaíso²⁶¹. Cada uno de los bares tiene algunas diferencias tanto en las cartas como en la estética de los espacios, decisiones que quedan

²⁶¹ Ibid.

a cargo de cada administración, pero siempre teniendo como eje el concepto que exhibe la revista.

Cabe agregar que, además de sus funciones como bar-restaurant, los bares realizan diversas actividades en las instalaciones, como sucede en el caso de la casona del Bar *The Clinic* Santiago, donde constantemente tienen lugar shows musicales, *stand-up comedy*, fondas, fiestas de año nuevo, entre otras actividades, que potencian el éxito del modelo de negocio.

Es tal la fuerza del concepto, que actualmente los bares son la mayor fuente de recursos del *The Clinic* y, a diferencia de los ingresos que se puede conseguir a través del avisaje, no están condicionados política ni ideológicamente, algo que Dittborn celebra, asumiendo que le gustaría “*tener 15 bares y 0 publicidad y financiar todo, papel y la web, con los ingresos que me dan los bares. Sería el tipo más libre del mundo*”²⁶².

Además, ese dinero permitiría hacer más cosas en términos periodísticos, como por ejemplo, “*mandar gente a Copiapó para cubrir el aluvión*”²⁶³, donde no tienen corresponsales. Hasta el día de hoy, contingencias como esa se enfrentan de manera muy informal: “*Cuando fue el terremoto partió el Pato en su propio auto al sur y dijo ‘ya, ¿qué fotógrafo me acompaña?’*”²⁶⁴.

²⁶² Ibid.

²⁶³ Ibid.

²⁶⁴ Ibid.

Resulta bastante especial la relación retroalimentativa que actualmente tiene el medio de comunicación con la franquicia, ya que se podría decir que esta arista de negocio actúa como respaldo en el cual el papel puede descansar. Sobre todo en días donde el tiraje del papel está teniendo una caída generalizada gracias al traspaso de lectoría hacia internet²⁶⁵. Por otro lado, la mantención del papel es vital para la presencia de marca, lo que en resumidas cuentas sustenta el concepto del bar. Además, esta prosperidad permite que la urgencia por publicidad- que nunca fue muy amiga del semanario- ya no sea un tema tan fuerte.

En efecto, el mayor anhelo del medio es justamente hacer de la franquicia la fuente de independencia del *The Clinic*:

“Una revista que se financia porque tiene bares, le paga a toda su gente, paga su imprenta, es capaz de mandar un periodista a regiones y decir lo que se le antoja...es el modelo ideal. Nadie ha hecho eso. Nosotros lo queremos hacer”²⁶⁶.

4.3.4 Bazar The Clinic

Inicialmente ubicado en el *Barrio Lastarria*, muy cerca de donde surgió el primero de los bares, el Bazar *The Clinic* surge como un negocio que ofrece una amplia gama de productos con el sello característico de la revista. Tazones

²⁶⁵ Panorama de la prensa latinoamericana. El boom antes de afrontar el desafío de Internet http://www.dmasillorenteycuenca.com/publico/140109_dmasi_Informe_especial_prensa_latam.pdf Acceso el 25/03/15

²⁶⁶ Dittborn Barros, Pablo. Entrevista personal, 14 de abril de 2015.

con leyendas bizarras, prendas de vestir con estampados locos, libros, y afiches de ediciones icónicas, la mercancía que ostenta da para todo, en un sector de la ciudad donde abunda lo alternativo. En algún minuto hasta bicicletas se vendieron.

Si bien hoy tiene sus dependencias en un local del centro comercial Drugstore, la tónica de sus productos sigue siendo la misma. Un aspecto interesante surge de que la gran gama de productos que se pueden ver acá, para muchos puede resultar como la máxima expresión de cómo la marca da para vender de todo.

4.3.5 De todo un poco

A lo largo del tiempo se ha intentado de todo. Y es que desde los tiempos en donde el dinero y la publicidad escaseaban, hasta hoy, en que admiten con honestidad que le ha ido bastante bien, siempre han inventado mil y una formas de hacer rentable la existencia de la revista. Primero, porque lo necesitaban, y hoy, probablemente por una razón más simple...porque pueden.

Es así como se pueden encontrar los libros lanzados a partir de secciones emblemáticas de la revista, como la *La Cosa*, *La Carne*, *Historia Nacional de la Infamia* o *The Clinic Interview*.

Es más se han vendido desde condones hasta cervezas. Más variado, imposible. ¿Cuestionable? Quizás.

4.4 Firme junto a...¿quién?

La creación de un sello a lo largo de los 16 años de existencia de *The Clinic* le ha permitido sustentar una serie de iniciativas comerciales de relativo éxito. Sin embargo, como en todo, cuando el dinero entra, se comienzan a poner a prueba ciertas cuestiones éticas y morales, sobre todo tratándose de un medio con una tendencia ideológica, que si bien nunca ha sido explicitada en algún “manifiesto”, se asume como simpatizante de izquierda. Una de las actitudes que marcan el medio y que se explicita en las propias palabras de sus integrantes es la desfachatez mencionada en el capítulo anterior. Con esos ojos vale hacer la lectura de las decisiones no solo editoriales, sino que también comerciales, que no se pueden desvincular, en tanto representan carriles interdependientes.

En este sentido la mayor fuente de críticas ha ido de la mano de las decisiones publicitarias, como se expuso anteriormente. Buena parte del público que vio nacer a *The Clinic* sin publicidad, comenzó a cuestionar los valores del equipo editorial al momento de permitir que las marcas, parte del mundo empresarial al que el medio solía apuntar sus dardos, tuvieran cabida en las páginas de la revista. Quizá esto podría encontrar explicación en las desconfianzas del público sobre ciertos actores que trabarían la independencia de la prensa. En el año 2005, uno de los momentos de mayor apogeo de *The Clinic* y donde aún mantenía un perfil publicitario bastante bajo, encuestas

arrojaban que la gente consideraba que los mayores factores de incidencia en la falta de independencia en la prensa eran el gobierno (29 %), avisadores (28 %), Iglesia Católica (26 %), grupos empresariales (25 %) y partidos políticos (20%) con influencia sobre ellos²⁶⁷. Teniendo en cuenta que *The Clinic* lanzaba dardos contra todos los sectores aludidos en dicha encuesta, y que, además, no contaba con mucha publicidad –aunque sí mostraba un ascenso respecto a los primeros tiempos-, es posible presumir que las personas realizaban una asociación de ideas entre independencia y transparencia con las características que reunía *The Clinic*; imagen que comenzó a verse afectada toda vez que marcas de mayor calibre comenzaron a avisarse en el medio, con cada vez mayor frecuencia y ocupando más espacio visual de la revista.

¿Cuál es la razón tras este rechazo? La gente podría presumir que estas empresas influyen en la línea editorial, ya sea que les paguen para que hablen bien de ellas o para evitar que hablen lo feo que pudiera saberse en torno a las mismas. Sin embargo, ¿qué seguridad hay de que esto sea así? Es más, ¿sacar a un avisador o no tener ninguno es una prueba irrefutable de que no se están recibiendo incentivos monetarios para modificar el contenido? Aunque resulte comprensible la sospecha ya que los intereses de las empresas y su poder monetario ciertamente aumentan las posibilidades de que corra dinero por canales poco éticos, lo cierto es que la publicidad no confirma nada por sí

²⁶⁷ Instituto de la Comunicación e Imagen. Pluralismo de los Medios en Chile. 09/11/10. Disponible en <http://www.icei.uchile.cl/noticias/67108/pluralismo-en-los-medios-en-chile> Acceso el 27/02/15

misma: ni la ausencia de avisadores asegura probidad, ni tener avisadores prueba corrupción. Sin embargo, se hace difícil calmar las especulaciones en torno a este tópico cuando el público observa un crecimiento importante en la marca *The Clinic*, sobre todo si se considera el peso con el que cargan las personas de izquierda según Dittborn:

“Existe esa cosa estúpida de que si eres de izquierda estás obligado a ser pobre y vivir en determinados barrios y sino, eres falso. Mira, yo soy un hueón de izquierda que hace bien su trabajo y le pagan bien. Yo antes trabajaba en una trasnacional y me pagaban muy bien. Tendría que ser enfermo para decir “págame el 20% menos porque soy de izquierda”. Si hice que un empresa ganara, yo hago que me paguen el máximo que me corresponde”²⁶⁸.

De tal manera, pareciera ser que la cuestión de publicitar o no a ciertas empresas, más que una garantía, se reduce a una expresión simbólica de lo que las personas consideran ético de realizar conforme a un ideario manifestado por el medio en cuestión, puesto que en lo concreto el avisaje no obliga a las malas prácticas ni negarse a publicitar las evita; y pese a que en ningún caso se intenta decir que los tratos turbios no existan –los hay, y no son casos aislados-, lamentablemente lo único que efectivamente tiene el lector a mano es su propio radar personal para identificar la tendenciosidad del contenido cuando está frente a sus ojos –algo que sería una prueba material y no una mera presunción-.

²⁶⁸ Dittborn Barros, Pablo. Entrevista personal, 14 de abril de 2015

Para el caso de *The Clinic*, como en muchas cosas, la costumbre fue calmando las aguas y en torno a los cuestionamientos por publicidad no fue la excepción. No obstante, la reticencia sigue y se ha vuelto a manifestar cada cierto tiempo cuando se han visto involucrados avisadores que causan especial rechazo en la ciudadanía. Tal es el emblemático caso de la firma *Hidroaysén*, donde la decisión de sacar al avisador aun le pese a Patricio Fernández, y sus razones dan claves para entender la política comercial del medio:

“Otros podrían verlo como un mérito, pero yo no, la veo como un tremendo acto de cobardía de mi parte, un dato nefasto. No me gustaría nunca más hacerlo con un avisador, porque en el momento que tú sacas a alguien, querría decir que todos los otros avisadores que están son aprobados por el director y no es así, porque corren por carriles totalmente distintos (...) sí sé que al área comercial les han sacado avisos por cosas que hemos hecho, Jamás he recibido el llamado de un solo avisador para decir que tal o cual cosa debe hacerse o que digan ‘oye corrijan esto’. Y me consta que en los diarios grandes sí”²⁶⁹.

Otra fuente de suspicacias que se puede relacionar al punto anterior está relacionada a declaraciones que vienen de una esfera vinculada a la historia del *The Clinic*. Tras una complicada salida del medio en el año 2001, Enrique Symns, pieza fundamental de sus primeros años, lanzó dardos contra la revista en el suplemento *Zona de Contacto* de *El Mercurio*. Allí alegaba la existencia de turbiedades en torno al financiamiento de la revista, además de afirmar que la causa de todo esto sería la sed de dinero de Patricio Fernández, pero por sobre

²⁶⁹ Fernández Chadwick, Patricio. Entrevista personal. 7 de abril de 2015.

todo, su sed de poder²⁷⁰. Symns, señaló que tras su despido exigía 3 millones como indemnización y que había amenazado con una huelga de hambre de no obtenerlos. Tal amenaza habría gatillado una reunión donde se juntaron los “verdaderos” socios, “(...) recién entonces me enteré de quiénes eran: Pato Fernández, Pablo Dittborn (editor de Ediciones B), el señor Mario Lobo, un millonario, y el señor ministro del Trabajo, Ricardo Solari, que tiene un 30 por ciento”²⁷¹.

Lo de Mario Lobo era cierto. Era el tercer socio, y hasta el momento no había tenido visibilidad por no formar parte del equipo editorial, aunque sí poseería el 15% de la empresa. Sin embargo, ha desmentido las constantes voces que lo catalogaban como “millonario”²⁷². En cuanto a Solari, este negó las declaraciones del escritor argentino, afirmando que solo había colaborado, como otros simpatizantes socialistas, con la campaña de *La Ola*²⁷³.

Más allá de qué tan ciertas terminaron siendo las acusaciones de Symns, el problema de estas era que ponían en el tapete la discusión sobre la independencia del medio: otras palabras, habrían dueños del mundo político y

²⁷⁰ El Mercurio, “Z! true chilean story: cómo echaron a Enrique Symns de The Clinic”. Zona de Contacto. 16/11/01. Disponible en <http://diario.elmercurio.com/detalle/index.asp?id={98fd7cba-6d91-4a2c-98e6-eb9eef71e005}> Acceso el 05/06/15

²⁷¹ *Ibid.*

²⁷² La Segunda. Mario Lobo: La lucha del ex socio cubano de Celfin...07/12/11. Disponible en <http://www.lasegunda.com/Noticias/Economia/2011/12/07148/mario-lobo-la-lucha-del-ex-socio-cubano-de-celfin-tras-el-accidente-que-cambio-su-vida> Acceso el 07/07/15

²⁷³ The Clinic Online. El día de Furia de la Zona de Contacto. 15/12/08. Disponible en <http://www.theclinic.cl/2008/12/15/el-dia-de-furia-de-la-zona-de-contacto/> Acceso el 05/07/15

empresarial que tendrían injerencia en el quehacer del *The Clinic*, una idea que atenta contra la confianza y credibilidad que ha forjado el medio en su público.

Sin embargo, más allá de polémicas vinculadas a rencillas tras bambalinas, que pueden tener o no sustento, tal vez las críticas más potentes desde el público están referidas a *The Clinic* en tanto modelo de negocio y a la asequibilidad de su oferta. Vale detenerse en este punto, ya que es la línea que conecta más directamente con la cotidianeidad del lector y sus posibilidades de acceder a la revista y sus “derivados”, y por lo mismo es determinante a la hora de esbozar la silueta que tiene el semanario en el imaginario colectivo, sobre todo en días donde la cuestión del lucro y su validez está en constante discusión.

La diversificación de productos *The Clinic* pareciera provocar una sensación de lejanía en el público, ya que el crecimiento de la empresa la lleva al plano de éxito de quienes el diario se ha dedicado a criticar y que, por cierto, no son santo de devoción de la gente. El haber ido creando un negocio a partir de lo que la gente alguna vez vio-probablemente- como un grito de protesta, parece no gustarle al público, quienes ven en una especie de mercantilización de un voto de confianza dado al *The Clinic* por lo que su postura representaba.

La propia la evolución del precio de la revista da espacio al análisis, ya que si bien, ha sufrido reajustes como en todos los otros medios, ha superado ampliamente los valores de muchas publicaciones que en determinado

momento costaron lo mismo: la proporción de aumento de precio en igual periodo de tiempo es mucho mayor. Si bien esto podría explicarse en parte por el aumento de tamaño de la revista, la constante inversión en proyectos nuevos y la creación y mantención de un equipo estable de trabajo -algo con lo que por mucho tiempo no contó-, es de conocimiento general que ya no son el pequeño medio de hace 10 años atrás, que es indesmentible que el negocio se volvió rentable y que este hecho no deja indiferente a las personas, sobre todo si la asequibilidad a la revista se vuelve complicada por tener precios son lejanos al poder adquisitivo de quienes han consumido sus contenidos durante estos años.

Además, esto no solo podría afectar en cuanto a la venta, sino que en la propia imagen marca, ya que la política de precios debería estar acorde al ideario que se desprende de revisar su tónica discursiva. Es más, resulta interesante reflexionar sobre el recelo que generan los precios de todas estas ramas comerciales del medio frente a una masa que parece haber internalizado a *The Clinic* como concepto, como una serie de ideas contraculturales que apuntan a llegar a todos, a las calles, a los seres anónimos, entre otros “valores” e, inconscientemente, esperan una correlación entre esta serie de ideas y la posibilidad de acceso de consumo de estos contenidos. Idea válida tanto para los contenidos periodísticos como para una polera en el bazar *The Clinic* o para un menú en uno de los bares, y aunque en estos dos últimos casos se trate de otro tipo de productos, estos vienen en un *pack* asociado a

una forma de reír y pensar manifestada en una prenda de vestir, en el nombre del mismo plato consumido como en el espacio físico donde se venden. Esto es de particular importancia en el caso de la franquicia del bar, ya que el concepto *The Clinic* es la razón fundamental por la cual estos espacios han tenido éxito vendiendo alimentos que podrían conseguirse igualmente en cualquier otro restaurant.

De este modo cabe preguntarse si para el medio no debería ser una prerrogativa principal la preocupación de que “el pueblo” o más bien, sin querer caer en la caricatura, simplemente el chileno promedio, no se quedara fuera del consumo de la revista y de los productos anexos a ella, y que se supone, reman en la misma dirección que la publicación.

En resumen, al analizar las expectativas del público, se aprecia una percepción generalizada de que existen ciertos valores que *The Clinic* profesaría –mayormente vinculados a un ideario de izquierda, aunque ellos no se asocian a ningún partido político- y a los cuáles no estaría siendo consecuente con estas prácticas; o en otras palabras, más allá de todo trabajo periodístico, para algunos sería la arista comercial del medio la que expondría que sus intereses y precios no estarían tan “*firmes junto al pueblo*”, como reza su slogan. Es más, resulta legítimo preguntarse, como muchos lo deben haber hecho, ¿qué criterios debe cumplir un medio para ser efectivamente estar “junto

al pueblo”? ¿Dónde están los límites éticos de rentabilidad de un negocio para poder decir lo que se quiere decir? ¿Hay límites? ¿Quién los define?

Y es que cuando hay dinero de por medio resulta difícil estar bien con dios y con el diablo.

CAPÍTULO V

***The Clinic* en el tiempo: Un fragmento de la historia de Chile a través de sus portadas**

Es probable que cuando se piense en el *The Clinic* se piense en sus portadas. Muchos pueden afirmar no haberlo leído jamás, pero difícilmente afirmar no haberlo “visto” jamás: lo extenso del formato, sus colores llamativos, su doble portada y sus grotescos fotomontajes, sea inevitable verlo al caminar unas cuadras por Paseo Ahumada.

Si se hace una revisión de las más de 600 portadas de la revista, es posible tener una idea de los eventos más importantes que han ocurrido en los últimos 15 años, así como de los protagonistas, no solo de la política, sino que de la contingencia nacional a nivel mucho más amplio. Algunas, imágenes reales, otras, fotos trucadas y muchas, fotomontajes que mezclan dos o más temas en un tremendo mosaico visual, haciendo alusión a muchos chistes que son parte del imaginario colectivo y dan señas en clave cómica del orden de cosas del Chile del momento, y a la larga, retratan desde esta arista sus cambios y de sus escándalos.

Tal es el caso de MOP-GATE (2001), uno de los escándalos de corrupción más grandes en que se había visto envuelta la Concertación hasta el momento, cuando se reveló que el Ministerio de Obras Públicas pagó millonarias sumas a consultoras –entre ellas, GATE (Gestión Ambiental y Territorial)- por asesorías inexistentes o de valor inflado, además de sobresueldos a 129 funcionarios para llevar a cabo estas operaciones. El Ministro de Obras Públicas, Carlos Cruz, y el ex Jefe de Finanzas del MOP, Sergio Cortés²⁷⁴, fueron algunos de los involucrados en el proceso judicial que tuvo uno de sus momentos más álgidos cuando investigó el eventual desvío de dinero desde las arcas del MOP a la campaña presidencial de Ricardo Lagos, lo que gatilló presiones sobre la jueza Ana Gloria Chevesich de parte del entonces presidente de la Corte Suprema, Marcos Libedinsky para abstenerse de hacer declarar a Lagos²⁷⁵.

²⁷⁴ Centro de Derechos Humanos Universidad de Chile. Casos de Corrupción en Chile. Disponible en http://www.cdh.uchile.cl/corruccion/pdf/Casos_Chile.pdf Acceso el 20/04/15

²⁷⁵ Emol. Jueza Chevesich: Libedinsky me pidió no citar a Lagos. 06/07/04. Disponible en <http://www.emol.com/noticias/nacional/2004/07/06/152307/jueza-chevesich-libedinsky-me-pidio-no-citar-a-lagos.html> Acceso el 05/03/15



Fig. 46



Fig. 47



Fig. 48

Otro de los escándalos de antología retratados en *The Clinic* fue el Caso Spiniak, donde varios políticos y empresarios se vieron bajo acusaciones de participación en una red de pedofilia. Este caso tiene particular importancia para el medio, en tanto el mismo dio espacio para que Gema Bueno, hiciera difusión de su versión –que resultó ser falsa-, la que involucraba al político UDI Jovino Novoa, utilizando una portada para difundir el retrato hablado de una de las supuestas víctimas del caso. Algo por lo cual más tarde el medio debió excusarse, usando como apoyo la portada “Gemita Malo”²⁷⁶.

²⁷⁶ Años más tarde el entonces director Juan Andrés Guzmán, “nos hemos equivocado muchas veces. Y haciendo el arqueo, de la cosa que más me arrepiento es del caso Spiniak. De cómo dejé que Gemita Bueno usara la portada de *The Clinic* para pasarse por la raja a todo Chile, como ella misma dijo también en *The Clinic*. Al final de la historia hicimos lo que había que hacer. Aceptar que nos habíamos equivocado y corregirnos”.



Fig. 49



Fig. 50

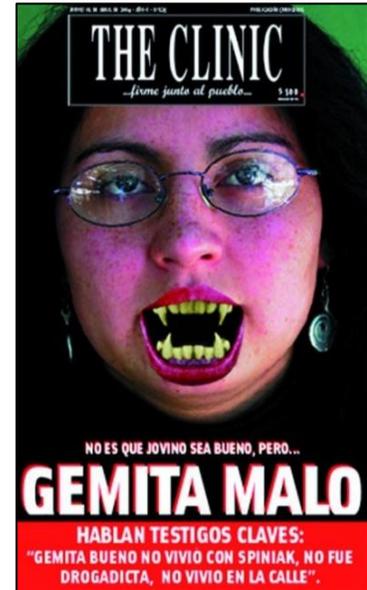


Fig. 51

Si hay un tema con el que han hecho variadas portadas, ha sido con el de los abusos sexuales al interior de la Iglesia Católica, en particular el caso Karadima y la actitud encubridora de la institución con los hechos. Es así como en numerosas portadas se hacen chistes que aluden a las tendencias pedófilas del otrora importante sacerdote Fernando Karadima y la actitud negligente de las autoridades, principalmente el Arzobispo Cardenal Javier Ezzati.



Fig. 52 N°341



Fig. 53 N°529



Fig. 54 N°542

Finalmente no puede quedar fuera uno de los escándalos más complejos del último tiempo, la avalancha de corrupción Penta-SQM-Caval. Los casos, con algunas diferencias entre el destape de cada uno, entre fines del año 2014 e inicios del 2015 dejaron varios damnificados en una parte significativa del espectro político y de los cuales cada semana se conocían nuevas aristas e implicados, todo lo cual fue efectivo en agudizar el ambiente de fuerte desconfianza hacia la clase política –que ya venía enfrentando una crisis bastante fuerte en la ciudadanía.

Mientras PENTA –holding empresarial involucrado- y SOQUIMICH (Sociedad Química y Minera de Chile), se vinculan a soborno, lavado de dinero y fraude al SII –sonando nombres como Ivan Moreira, Ena Von Baer, Pablo Zalaquett, Ena Von Baer, Jovino Novoa y Fulvio Rossi, entre otros; el Caso

Caval aparece un supuesto tráfico de influencias ejercido por Sebastián Dávalos, hijo de la presidenta Michelle Bachelet, en favor de la sociedad Caval Ltda. -propiedad de su esposa, Natalia Compagnon- para la aprobación de un crédito de 6500 millones de pesos en el Banco de Chile, propiedad del Grupo Luksic. Tal crédito le permitió adquirir un terreno destinado a uso agrícola en Machalí, el que posteriormente vendería por 3 mil millones más tras un sospechoso cambio de uso de suelo. Todo lo anterior, atentando fuertemente contra la alicaída imagen de la actual presidenta.



Fig. 55



Fig. 56



Fig. 57

5.1 Los títeres más descabezados

Si bien múltiples han sido las víctimas, tanto de sus columnas como de sus chistes, siendo las portadas las que más han sacado roncha, y algunos personajes han podido repetirse el plato varias veces.

Y es que estos *collages* son la expresión máxima de la burla desenfadada que el *The Clinic* realiza frente a las más diversas figuras públicas, y como se ha manifestado antes, en sí mismos son un afiche que, sin necesidad de un material correlativo al interior del medio, llaman la atención de quienes lo ven al pasar, por lo que quienes han tenido la chance de ser víctimas de las mismas no siempre han quedado indiferentes, ya que ni siquiera es necesario que la revista haya dicho algo de ellos o siquiera que los lectores compren la publicación: la masividad del ataque se la da la sola exposición en los lugares de venta.

5.1.1 Augusto Pinochet

Sin lugar a dudas el protagonista por excelencia de las portadas de *The Clinic*. En alguna forma es la especie de “musa inspiradora” de la revista, tanto por ser la razón por la que esta fue creada, como porque hasta el día de hoy es

un fantasma presente en la política chilena, rodeando la dinámica entre la izquierda y la derecha chilenas.

Es así como el ex general inicialmente apareció en portada ya fuese por eventos que lo involucraban directamente o por su relación con otros personajes públicos también parodiados. Pero con el pasar del tiempo, y sobre todo después de su muerte, se fue volviendo una suerte de imagen fetiche de la revista: no se requerían mayores razones para poner la cara de Pinochet prácticamente a cualquier cosa y así generar un fotomontaje divertido que enganchara por el mero hecho de que el aludido aparece ahí. Algo bastante conveniente para el medio considerando que tanto ellos como los propios quiosqueros concuerdan en que siempre que Pinochet aparece en portada aumentan las ventas^{277 278}.

²⁷⁷ Dittborn Barros, Pablo. 14 de abril de 2015.

²⁷⁸ Gallardo Jaqueline, Kiosko Paseo Huérfanos. Entrevista personal, 1 de julio de 2015.



Fig. 58

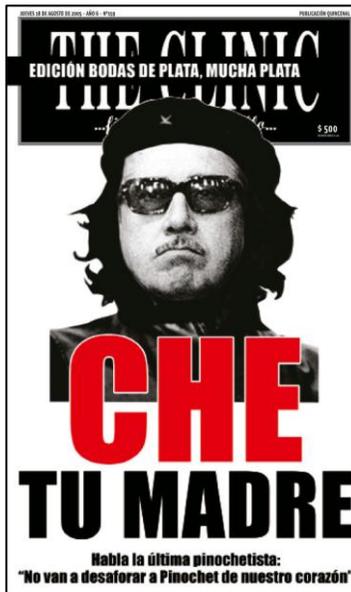


Fig. 59

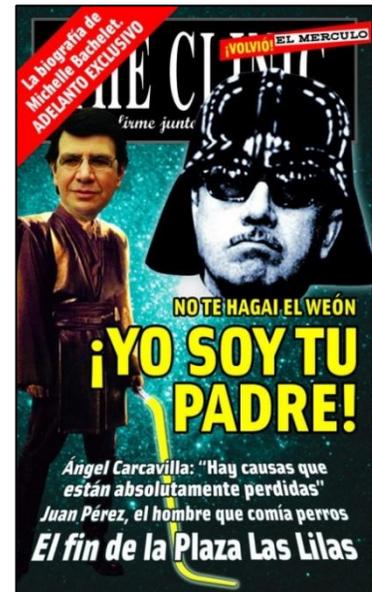


Fig. 60

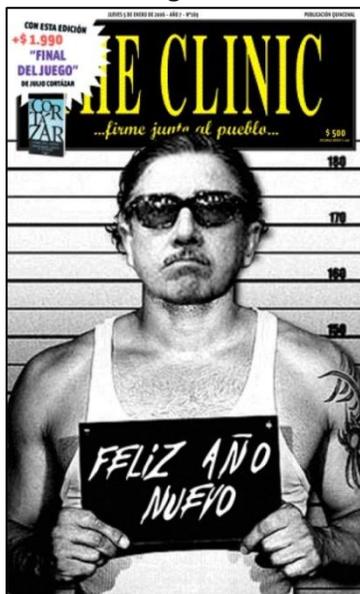


Fig. 61



Fig. 62

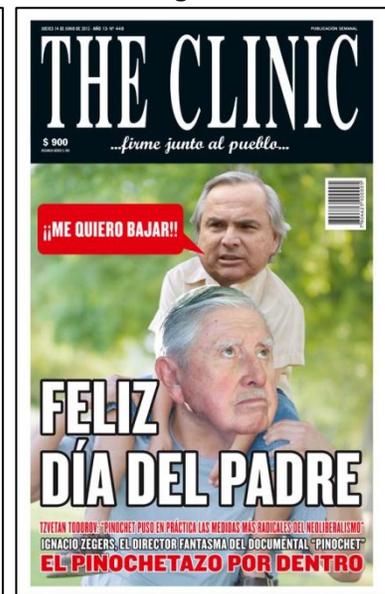


Fig. 63

Sin embargo, existen portadas especialmente emblemáticas respecto de la figura del ex dictador por los momentos álgidos que retratan: su regreso a Chile, el Caso Riggs y su muerte.

5.1.1.1 Regreso de Pinochet a Chile

El arresto de Augusto Pinochet motivó el nacimiento de *The Clinic*, por lo que su regreso a Chile en marzo del año 2000 marcó un hito en la aun corta existencia del quincenario. La primera batalla se había perdido. Pese a que en octubre de 1999 la justicia británica había decidido extraditarlo a España por sus delitos de tortura, en marzo del año 2000 el Ministro del Interior británico de la época, Jack Straw, dictaminó su liberación por motivos de salud respaldados de manera unánime por 4 médicos de la fiscalía. El informe médico aseguraba que la salud mental de Pinochet no permitía que enfrentase las preguntas de un juicio, en otras palabras, padecía demencia²⁷⁹.

Lo que quedaba era ver si el dictador regresaba a la impunidad de antaño o si las promesas de justicia soberana que había esgrimido la clase política, y en particular el gobierno, se harían efectivas. Todos los ojos estaban puestos en Chile. Y en Chile de seguro buena parte de los ojos debieron estar puestos en cómo reaccionaría *The Clinic* ante el curso que estaban tomando los hechos.

Y el día llegó. Lo que más sorprendió fue la desfachatez con que el “senador vitalicio” llegó prácticamente vitoreando con un rostro rebosante de alegría y olvidando el supuesto deplorable estado de salud que se había bosquejado durante su detención y que- aunque cuestionado por muchos- fue finalmente

²⁷⁹ Informe sobre el examen médico realizado a Pinochet http://www.archivochile.com/Dictadura_militar/pinochet/juicios/DMjuiciopino80016.pdf Acceso el 05/06/15

motivo de su liberación. Tras bajarse del avión fue recibido con honores de parte de las Fuerzas Armadas y Carabineros, y el hombre antes desvalido abandonaba la silla de ruedas para caminar victorioso hacia la ceremonia de bienvenida que le esperaba. Así quedaba claro que no solo hay recuperaciones “exitosas”, sino que también “milagrosas” y sobre todo, “sospechosas”.

La absurda situación motivó que la portada de la edición N°19 del 9 de marzo de 2000 fuera una portada simple, sin fotomontajes, pero risible por sí sola: dos fotografías de la llegada de Augusto Pinochet: la primera con el susodicho en silla de ruedas; la segunda, caminando con una gran sonrisa como si nunca hubiese pasado nada. Si se tomaban en cuenta los titulares anexados, el mensaje de la portada era claro: Chile estaba ante una gran tomadura de pelo. No solo no parecía tan enfermo, sino que su actitud, la de su familia y la recepción que tuvo parecían indicar una humildad nula respecto a los sucesos que lo habían dejado como un criminal frente al mundo.

Prácticamente casi todo el contenido de la edición N°19 del 9 de marzo del año 2000 estuvo destinado a hablar al respecto (fig. 64). Los titulares *“Hombre muerto caminando”*, una referencia al título de la película *“Dead Man Walking”*, *“Bailará como Michael Jackson en el cambio de mando”* y *“General bate record de 10 mts. planos”*, hacen clara alusión al teatro que se había armado en torno a su deteriorada salud y avanzada edad, para que luego el hombre terminara por salir así de campante.



Fig. 64

De hecho, no resulta menor que años más tarde el propio Jack Straw manifestara su desagrado por la actitud del general en su arribo a Chile así como la recepción que tuvo, indicando que le “indignó ver la escena”. Además, enfatizó que se vio obligado a devolverlo a Chile por los rotundos informes médicos, pero no porque él considerase que era lo correcto; de haber rechazado dicha evidencia médica “*sería llevado a la Corte y probablemente destituido (...) Así que sentí, a regañadientes, que no tenía opción*”²⁸⁰.

²⁸⁰ La Nación. Straw a 15 años de la detención de Pinochet...14/10/13. Disponible en <http://www.lanacion.cl/straw-a-15-anos-de-la-detencion-de-pinochet-me-indigno-saludo-a-pie-en-su-regreso/noticias/2013-10-14/083311.html> Acceso el 23/03/15

5.1.1.2 Caso Riggs:

En el marco de una serie de operaciones investigativas tras los atentados terroristas contra el *World Trade Center* en 2001, el Senado de Estados Unidos ordenó revisar cuentas bancarias sospechosas, quedando al descubierto en 2004 que Pinochet tenía millonarias cuentas secretas en el *Riggs National Bank* de Washington desde el año 1994²⁸¹.

Las más de 125 cuentas bancarias secretas que llegó a tener Pinochet, habrían sumado una fortuna de casi 27 millones de dólares, los que atesoraba bajo nombres falsos como John Long, José Ugarte, Daniel López²⁸², entre otros. Esta información habría sido ocultada por años por el Banco *Riggs* - donde se habrían guardado estos dineros-, aún incluso después del episodio de detención del aludido en Londres.

Durante los meses siguientes al destape del caso fueron clásicas las portadas que ironizaban con el escándalo, haciendo de Pinochet y su familia el blanco de originales fotomontajes.

²⁸¹ Centro de Derechos Humanos Universidad de Chile. Casos de Corrupción en Chile. Disponible en http://www.cdh.uchile.cl/corruccion/pdf/Casos_Chile.pdf Acceso el 20/04/15

²⁸² Krstulovic, Ozren Agnic. Pinochet S.A.: la base de la fortuna. RIL Editores, Santiago, 2006., p.46.



Fig. 65



Fig. 66



Fig. 67

5.1.1.3 Liz Taylor

La muerte de Augusto Pinochet no podía sino generar la portada más recordada del The Clinic: “Liz Taylor” (figs. Cc y ss). El 10 de diciembre de 2006 había sido un día clave: muchos estaban felices de que el torturador hubiese muerto, otros, estaban tristes de ver que jamás pagó por los crímenes cometidos. Y como era de esperarse, también había una buena cantidad de personas lloró como nunca la partida del que consideraban un “héroe”.



Figs. 68 y 69 Portada y contraportada N°195

En cualquier caso, la portada del 14 de diciembre causó una reacción tremenda a nivel general. Entre escalofriante y perturbadora, incluso para sus detractores, mostraba al dictador en su ataúd, desafiando lo sacro y tabú de la muerte. Pinochet estaba “Liz Taylor”, alusión a *“listeilor”*, expresión popular que usa el parecido del nombre de la famosa actriz con la palabra “listo”, justamente quiere decir eso: “terminado”. Pinochet estaba *“listeilor”* y todos podían ver la última fotografía de su rostro en portada.

Respecto al revuelo que causó la portada, Patricio Fernández señala que “no faltó quien pensó que le faltábamos el respeto, pero difícilmente puede pedir respeto alguien como Pinochet”²⁸³.

²⁸³ Fernández Chadwick, Patricio. Entrevista personal. 7 de abril de 2015.

No bastando con la portada, la contraportada tenía la misma imagen del difunto, aunque con una pequeña modificación. Pinochet, con uno de sus ojos abiertos, advertía que seguía vigilando. “*Cuidáiiiiito...*”, rezaba la contraportada, recordando la vastamente conocida frase que graficara el afán omnipresente del ex dictador: “*aquí no se mueve ni una hoja sin que yo lo sepa*”.

La edición se agotó en tiempo record, teniendo que lanzar una nueva para cubrir la inmensa demanda del número en cuestión, volviéndose el más vendido en la historia de la revista.

Por todo lo anterior, la portada “Liz Taylor” pasó a ser la más polémica y emblemática de la historia del The Clinic, dejando en la retina aquella imagen y su frase, adueñándose de su significado. Lo expresa bien Alberto Fuguet:

“Que el nombre de una de las mujeres más inmortales haya además pasado a ser una acepción de morir, cerrar, concluir, finiquitar, no parece del todo errado o demente. La portada de The Clinic con Pinochet muerto lo dejó más que claro: Liz Taylor. Es decir: asunto terminado”²⁸⁴.

Durante los números siguientes el hecho siguió ocupando portada, en particular por medio de referencias al hecho de haber muerto sin pagar ni por sus crímenes, ni el dinero que debía (fig. 70).

²⁸⁴ Qué Pasa. Liz Taylor, listeilor. 30/12/11. Disponible en <http://www.quepasa.cl/articulo/actualidad/2011/12/1-7384-9-liz-taylor-listeilor.shtml> Acceso el 09/03/15

De hecho, las referencias a su muerte continúan en el tiempo, sobre todo en fechas aniversario, como el pie de portada N°225 del 6 de diciembre de 2007, a un año de su muerte (fig. 71).



Fig. 70



Fig. 71

5.1.2 Sebastián Piñera

Sebastián Piñera ha sido uno de los más prolíficos inspiradores de portadas, quizás el mayor luego de Augusto Pinochet. El fenómeno que comenzó con su primera postulación a la presidencia en el año 2005, no hizo más que ir acentuándose con el tiempo, llegando a su *peak* durante su periodo presidencial entre los años 2010 y 2013, tiempo en que no solo fue protagonista de hilarantes fotomontajes en la revista, sino que víctima de una inmensa cantidad de *memes* y chistes relativos a sus chascarros, los que incluyen innumerables *lapsus linguae* –“Marepoto”, “Tusunami”-, particulares

afirmaciones –dar por muerto a Nicanor Parra o atribuir a Chile 500 años de vida independiente- hasta sus diversas anécdotas –como la ocasión en que se cayó en Bajos de Mena, o cuando fue atacado por un lobo marino en Valdivia-, han adquirido una enorme popularidad, sobre todo en internet.

Sin embargo, es probable que el vapuleo de su figura no solo se explique por las cosas que Piñera hace o dice, sino que también de las características de su *currículum*, que lo hacían novedoso como político al momento de candidatearse a presidente:

“Empresario y político, candidato y filántropo, hombre de estado y personaje de la farándula, hinchado de la UC y accionista de Colo-Colo. Transpiraba éxito y optimismo, a diferencia de los políticos tradicionales que creen que es mejor mimetizarse con las miserias de la gente. Mostraba su riqueza como prueba de empuje, de sus méritos (...)”²⁸⁵.

Es así como su figura ha proporcionado un caudal inmenso de material para todo tipo de humoradas sobre su persona. Los conflictos de interés entre su rol en el mundo empresarial y su cargo político (fig. 72 y 74), así como su mal manejo de las demandas en materia educacional en la Revolución Pingüina de 2011 (fig. 73), han sido algunas de las referencias usadas en diversas portadas.

²⁸⁵ Tironi, Eugenio, “¿Por qué no me quieren? Del Piñera Way a la rebelión de los estudiantes. Año 2011, pp 27-28 Editorial UQBAR



Fig. 72 N°352



Fig. 73 N°401



Fig. 74 N°442

Se añaden las portadas alusivas a sus ya mencionados chascarrros y salidas de protocolo, popularmente conocidos como *Piñericosas*, como cuando mostró a la prensa de Londres el papel enviado por los mineros atrapados en la mina San José, prueba de que seguían con vida. Si bien él ya llevaba un tiempo haciendo lo mismo en los lugares que había visitado antes, lo cómico –y polémico, por cierto- fue que las cámaras captaron que su esposa, Cecilia Morel le susurraba “no lo muestres”²⁸⁶ y con una visible expresión afectada (fig. 75). O la ocasión de su visita a la Casa Blanca, donde se fotografió posando en el sillón de Barack Obama en el Salón Oval, lo que si bien no pasó de ser una anécdota, para algunos fue políticamente incorrecto (fig. 76).

²⁸⁶ Emol. Video capta a Cecilia Morel pidiéndole a Piñera...21/10/10. Disponible en <http://www.emol.com/noticias/nacional/detalle/detallenoticias.asp?idnoticia=442749>

Lo más llamativo de todo, es que pese a las críticas y burlas, él no se abstuvo de caer en ciertos comportamientos, como suelen hacer los personajes públicos luego de ser ridiculizados. Víctima de una notoria impulsividad e incontinencia verbal, él insistía en sus inconvenientes intervenciones, sus arranques y su afán de figurar pese a las advertencias de sus asesores, lo que desencadenó situaciones que le fueron dando más y más protagonismo dentro del humor popular chileno, logrando desatar una furia creativa en quienes tras ver sus impasses, tomaban las imágenes y las editaban para luego volverlas *trending topic* de las redes sociales. Al cabo de un tiempo, no se requerían mayores razones para molestar a Piñera, cualquier recurso servía porque se convirtió en una figura cómica en sí (figs. 76 y 77).



Fig. 75 N°367



Fig. 76 N°497



Fig. 77 N°372



Fig. 78 N°456



Fig. 79 N°384



Fig. 80 N°272

Según el sociólogo Eugenio Tironi, su alta desaprobación –clave a la hora de convertirlo en objeto de mofa- residiría –en parte- en su afán de poder, que no permite dejar ir ni delegar y lo obliga a intentar figurar cada vez que puede. Esto atentaría contra la posibilidad de que la gente encuentre amparo en su figura, “algo que las personas siempre buscan en la autoridad presidencial”²⁸⁷.

Sin embargo, y contrario a lo que se podría esperar, el tiempo ha probado que esa particular personalidad terminó engancho de una extraña manera a la gente, sustentando una suerte de amor-odio hacia él. Fue tal gracia que causaron sus piñericosas, por tanto tiempo y con tanta frecuencia, que incluso muchos esperaban con ansias el siguiente *impasse* del entonces presidente.

²⁸⁷ EUGENIO TIRONI, “¿por qué no me quieren? Del Piñera Way a la rebelión de los estudiantes. Año 2011, pp 60 Editorial UQBA

Así, lo que en un momento fue un vapuleo incesante y con tintes más negativos, terminó por elevar a Piñera casi a la categoría de ícono humorístico. Es más, no sería osado aseverar que desde que dejara el mando se extrañan sus accidentadas intervenciones, que nutrían las conversaciones semanales de una necesaria dosis de humor, y con portadas absurdas en el semanario.

5.1.3 Pablo Longueira

Indiscutidamente uno de los políticos más representativos de la derecha chilena y, junto a Sebastián Piñera, probablemente los más parodiados en sus portadas. Hoy retirado, fue líder indiscutido del gremialismo tras la muerte de Jaime Guzmán - férreo defensor de la figura de este-, y gestor de la “UDI popular”, concepto con que intentó darle una imagen social y cercana a un partido representativo de los sectores más conservadores y acomodados del país, y que se ha esmerado por defender una institucionalidad heredera de la dictadura.

Existen varias características que han hecho a Longueira tanto en foco de burla como de crítica, entre las que se cuentan su apego a la moralidad cristiana, el afán de vanagloriarse de su desarrollado sentido social –debido a

las labores desempeñadas en su juventud en sectores humildes²⁸⁸- y su cercanía con Pinochet²⁸⁹. Sin embargo, existen dos cuestiones vitales a la hora de “palanquear” a Longueira: su apellido y el episodio del supuesto sueño con Jaime Guzmán.

En el primer caso, la fonética del apellido ha dado para juegos de palabras, permitiendo un doble sentido que el propio The Clinic aprovechó para instalar una frase que quedaría en la retina: “Longueira la tiene corteira” en uno de sus primeros números. Tras aquella ocasión, cualquier circunstancia que involucrara a Longueira era excusa para hacer referencias al clásico chiste (figs. 81 y 82). De hecho, años más tarde, tras proclamarse como candidato a la presidencia, aparecerían dos peculiares dominios de internet: corteira.cl y longueiralatienecorteira.cl²⁹⁰.

Sin embargo, el episodio que llevó al político a ser recordado y ridiculizado, no solo a nivel del semanario sino que en la opinión pública en general, fue cuando el año 2003, en una entrevista a Radio Agricultura, afirmó haber recibido mensajes de Jaime Guzmán en sueños (fig. 83). Sus palabras habrían sido reveladoras respecto al Padre Artiagoitía, quien apoyaba las declaraciones

²⁸⁸ The Clinic Online. Los aperrados años de Longueira en las poblaciones. 29/07/13. Disponible en <http://www.theclinic.cl/2013/07/29/los-aperrados-anos-de-longueira-en-las-poblaciones/> Acceso el 26/06/15

²⁸⁹ El Dínamo. Longueira Regalón. 24/02/12. Disponible en <http://www.eldinamo.cl/2012/02/24/longueira-regalon/> Acceso el 03/03/15

de Gema Bueno en medio del bullado caso Spiniak donde Bueno hizo llover acusaciones de pedofilia sobre renombrados políticos:

“(...) en la soledad y el dolor que hemos vivido, todas las noches le he rezado a Jaime Guzmán y me dijo ‘sigue a ese cura que está metido y dice bendita imprudencia’”²⁹¹.

Lo extraño de sus declaraciones, sumado a la conocida admiración que Longueira profesaba por Guzmán fue motivo de burla masiva, llegándose al punto de vincular sentimentalmente a Longueira con el desaparecido líder gremialista. Fue tal la repercusión de sus palabras, que por aquellos días circuló una serie de supuestas cartas amorosas de este último hacia un joven Longueira en sus días como dirigente estudiantil

Resulta interesante que tras tres años de chistes al respecto, el propio aludido haya querido dar una entrevista al *The Clinic* en donde entre otras cosas, bromeó con lo de “Corteira”, además de afirmar que la supuesta comunicación en sueños con Jaime Guzmán no sería otra cosa que una confusión de palabras que no notó al momento de la entrevista y que terminó por generar una declaración absurda (fig. 84)²⁹².

En cualquier caso, las bromas en torno a él y su nexos con Guzmán han seguido dando vueltas hasta el día de hoy; de hecho, no faltó la ocasión en que

²⁹¹ La Nación. *Le he rezado a Jaime Guzmán y me dijo 'sigue a ese cura, que está metido'*. 29/10/2003 Disponible en <http://www.lanacion.cl/noticias/site/artic/20031028/pags/20031028212951.html> Accedido el 15/3/2015.

²⁹² The Clinic, N° 190, 26 de octubre de 2006. La izquierda chilena se aburguesó y le gusta ganar plata. Firmado por Mónica González y Pablo Vergara.

el The Clinic hizo referencia a aquello. Tal es el caso de la polémica edición 503 (fig. 85), cuya portada mostraba a Guzmán y Longueira en un fotomontaje de la escena de la película *Ghost*, con la leyenda “*Binominéame en la bañera, nena*”, parodia de “*abarajame en la bañera, nena*”, fragmento de una popular canción de *Illya Kuryaki & The Valderramas*.



Fig. 81 N°404



Fig. 82 N°492

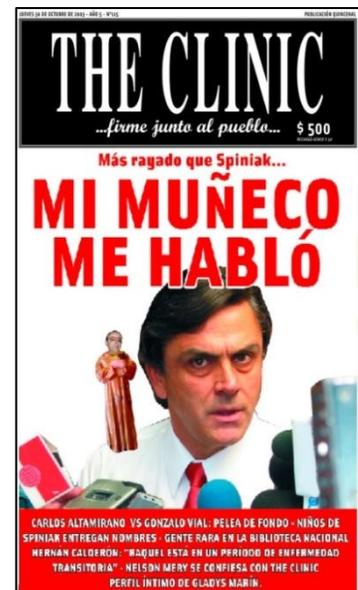


Fig. 83 N°115



Fig. 84 N°190



Fig. 85 N°503

El gran problema surgió ya que justo el día anterior a la puesta en circulación de dicha edición, el entonces candidato a la presidencia anunciaba la bajada de su candidatura debido a que se encontraba afectado por una fuerte depresión. En *The Clinic* manifestaron su pesar por el malentendido ya que el sarcasmo de la portada habría sido motivado por “circunstancias completamente distintas de las actuales” y que la edición en cuestión había sido cerrada antes de que el problema de salud por el que habría estado pasando Longueira se hiciese público:

“(…) de haber conocido el futuro, por ningún motivo hubiéramos festinado con una persona que atraviesa un momento difícil. Con Pablo Longueira podemos tener todas las diferencias políticas imaginables, pero sentimos por su persona el mayor respeto (...)”²⁹³.

²⁹³ <http://www.theclinic.cl/2013/07/18/mea-culpa/> Consultado el 15 de mayo de 2015

Cabe mencionar que luego del impasse Longueira no volvió a ser parodiado con este tema, ni siquiera cuando a inicios de 2015 se dio a conocer una fotografía que mostraba al ex-político con un nuevo estilo de vida y con una apariencia bastante hippie y alejada de figura conservadora que todos conocían²⁹⁴. Imagen que, en otros tiempos, definitivamente hubiera sido portada.

5.1.4 Michelle Bachelet:

La imagen de Michelle Bachelet comenzó a tomar fuerza por aquellos días del año 2002 en que se alzó como la primera mujer al mando del Ministerio de Defensa. Mientras estuvo en el cargo se atrevió a manifestar, *"yo me imagino a una mujer en cualquier parte, también en La Moneda, ¿por qué no?"*²⁹⁵.

Su carisma le reportó una gran popularidad entre la gente, lo que el año 2004 la tenía en las encuestas como una de las favoritas para la presidencia, por sobre Joaquín Lavín y Soledad Alvear, quienes ya habían anunciado, competirían por los siguientes comicios. De hecho, su primera portada apareció

²⁹⁴ The Clinic Online, *La vida hippie de Longueira*. 27/03/2015. Disponible en <http://www.theclinic.cl/2015/03/27/la-vida-hippie-de-longueira-lejos-de-la-crisis-que-remece-la-politica/> Acceso el 25/05/15

²⁹⁵ El Mundo, Michelle Bachelet: mujer, izquierdista y agnóstica 16/01/06 Disponible en <http://www.elmundo.es/elmundo/2005/12/10/internacional/1134222473.html> Acceso el 10/06/15

poco tiempo después de anunciarse como pre-candidata presidencial; en ella aparecía atormentando a Lavín, quien ya había perdido elecciones anteriores frente a Ricardo Lagos (fig 145). Más tarde, tras volverse la primera Jefa de Estado en la historia de Chile, los chistes relativos al rol femenino en La Moneda fueron una tónica en la revista, lo que se vio reflejado en la portada “Primera Semana Santa sin huevos” (fig.174).



Fig. 86 N°145



Fig. 87 N°174

Pero una de las más interesantes de mencionar, particularmente por el efecto que habría tenido en el público, fue una aparecida a pocos meses de iniciado su mandato, en junio de 2006. Por aquellos días había estallado la primera "Revolución Pingüina", la que con multitudinarias marchas y numerosos

liceos en toma y paro, presionaba al gobierno demandando cambios en la Ley Orgánica Constitucional de Enseñanza (LOCE). Los sondeos arrojaban una baja en la aprobación y la situación con los “Pingüinos” estaba cada vez más fuera de control. “Estamos guateando”, titulaba la portada donde Bachelet aparecía con un cuerpo sumamente obeso, intentando equilibrar la bicicleta.

Se sabe que el sobrepeso de la presidenta ha sido arma de burla de sus detractores desde que lanzó su primera candidatura hasta el día de hoy, y sobran los chistes al respecto en la red. Pero al parecer, reírse del estado físico de la presidenta en un medio de comunicación, aun siendo uno como el The Clinic –donde se han visto cosas de mucho mayor calibre-, no cayó bien en la sociedad chilena de ese entonces, que según Pablo Dittborn, castigó al medio bajando la venta en aproximadamente 5 mil ejemplares:

“Tratar de gorda obesa a la presidenta en ese momento fue lo peor que pudimos haber hecho para nuestros lectores. 25% abajo la venta. Tremendo. A una mujer no se le dice gorda. Me lo había dicho mi mamá cuando era chico”²⁹⁶.

De hecho, las palabras de Dittborn podrían tener la clave, ya que la cercanía que tenía Bachelet con la ciudadanía en la época podría estar sustentada justamente en la “figura acogedora y maternal”²⁹⁷ que Tironi le atribuye a la actual mandataria. Sin embargo, los tópicos frecuentes que la han llevado a portada han sido las dificultades de sus administraciones. Sobresalen las

²⁹⁶ Dittborn Barros, Pablo. 14 de abril de 2015.

²⁹⁷ EUGENIO TIRONI, “¿por qué no me quieren? Del Piñera Way a la rebelión de los estudiantes. Año 2011, pp 60 Editorial UQBA

bufonadas en torno a la implementación del Transantiago, donde fue objeto de burla tras señalar en una entrevista que su instinto le decía que debía detener la implementación del sistema; los guiños a la debatida responsabilidad de su gobierno en las muertes producidas tras el terremoto y tsunami del año 2010 y, durante el último tiempo, su manejo en los procesos de reforma desarrollados bajo su segundo mandato.



Fig. 88 N°179



Fig. 89 N°203

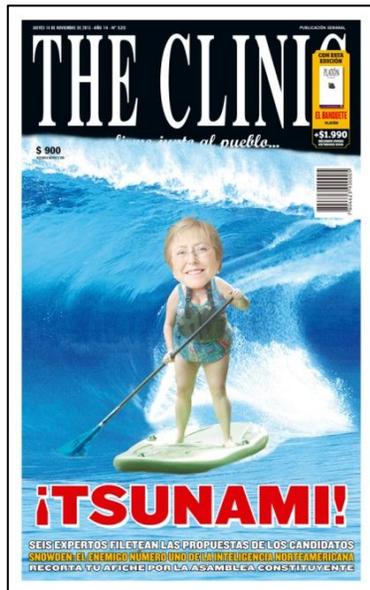


Fig. 90 N°520



Fig. 91 N°590

5.1.5 Joaquín Lavín

Sin duda, uno de los personajes icónicos en las portadas de los primeros años. No hay que olvidar que el *The Clinic* nació vinculado a una rama del comando de Ricardo Lagos en el contexto de las primarias concertacionistas que finalmente ganó para enfrentar al representante de derecha, Joaquín Lavín, en la contienda electoral de 1999. Así, Lavín pertenece a una suerte de “vieja escuela” de los parodiados en la revista, en donde lo común era que las fotos de portada fueran de personajes desconocidos a quienes se les atribuía diversas identidades, además de contar con mucho más texto. Por esto, la aparición cada vez más frecuente de Joaquín Lavín en ellas -imágenes burdamente trucadas-, fueron mostrando hacia dónde se dirigía la tónica nueva.

La primera imagen en portada titulada “Huele a peligro!” (fig. 92), le acompaña la leyenda “Comandante Joaco desata Guerra Civil”, referencia a los comentarios alarmistas que surgieron en medio de la campaña presidencial de 1999, cuando la fuerza con que se veía venir al candidato socialista Ricardo Lagos animó a muchos a presagiar la repetición de la historia de 1973.

El político UDI que fuera alcalde de Las Condes y Santiago, Ministro de Educación y Ministro de Desarrollo Social, carga con el estigma de haber sido dos veces fallido candidato a la presidencia. La primera, contra Lagos, lo había dejado con altas probabilidades de sucederlo en las siguientes elecciones; sin embargo, le salió al paso Michelle Bachelet y en su propio bando, Sebastián Piñera, quedando nuevamente en el camino. Además, tras una frustrada candidatura a senador, quedó con el estigma de segundón (figs. 93 y 94).



Fig. 92 N°12

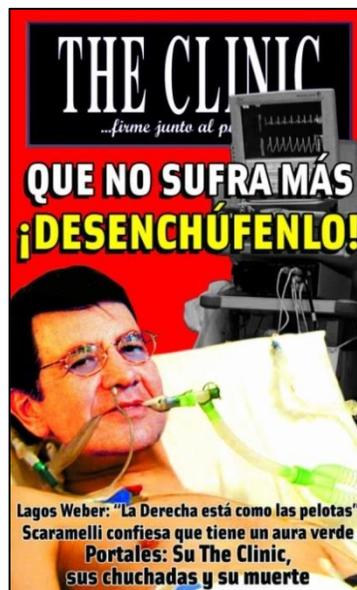


Fig. 93 N°153



Fig. 94 N°149

También fue motivo de parodia durante sus periodos ministeriales. Como Ministro de Educación, tuvo que enfrentar la revolución Pingüina de 2011 siendo rechazado por el estudiantado como interlocutor válido, debido a sus intereses lucrativos vinculados a la Universidad del Desarrollo, de la que fue fundador (fig. 95). En tanto, como titular de Desarrollo Social, tuvo que afrontar las críticas por los resultados de la Encuesta CASEN, que arrojaban una baja en la pobreza obtenido con datos irregulares (fig. 96).

Pero motivos para aparecer tiene de sobra. Sus ideas extravagantes como lanzar bombardear las nubes para provocar lluvia, crear botones de pánico de seguridad ciudadana o traer nieve y playas artificiales a Santiago; sus populistas estrategias de campaña, como irse a dormir a campamentos o vestirse de aymará (fig. 97); y finalmente, su apariencia entre nerd y bonachona, su participación en el Opus Dei, y su férreo apoyo a Augusto Pinochet (fig. 98), dan como resultado una figura bastante peculiar que definitivamente ofrece en bandeja razones para la parodia.



Fig. 95 N°400



Fig. 96 N°460

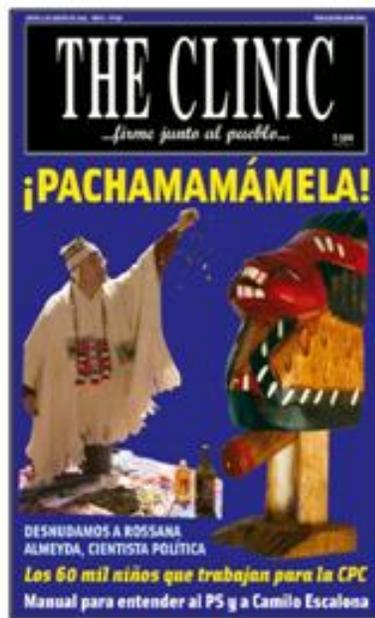


Fig. 97 N°158



Fig. 98 N°152

5.1.6 Evelyn Matthei

Una de las mujeres más relevantes de la derecha chilena, Evelyn Matthei ha desempeñado diversos cargos desde el retorno a la democracia, tanto de diputada, senadora, ministra y candidata a la presidencia de la República.

Si bien Matthei ha sido ridiculizada por *The Clinic* en diversos momentos de su carrera política, como por ejemplo, ser la primera mujer candidata presidencial de la derecha, ha sido su fuerte personalidad la que la ha hecho ganarse varias portadas (fig. 99) y sufrir una caricaturización particularmente referida a su tendencia al uso de garabatos en medio de discusiones con pares políticos (figs. 100 y 101). Tal es el caso del altercado con la diputada Marta Isasi donde utilizó tras alterarse usó la palabra “hnevada”, para criticar a su interlocutora—quien la calificaría de vuelta como “rota” y “picante”-; o la ocasión en que llamó “hnevones de mierda”²⁹⁸ a un grupo de diputados en medio de la impugnación que estos le realizaban en la cámara respecto de su labor como Ministra del Trabajo.

²⁹⁸ Cooperativa, *Matthei admite que trató de hnevones a diputados de oposición*. 03/10/12 Disponible en <http://www.cooperativa.cl/noticias/pais/politica/camara-de-diputados/matthei-admitio-que-trato-de-hnevones-a-diputados-de-oposicion/2012-10-03/103555.html> Acceso el 20/05/15

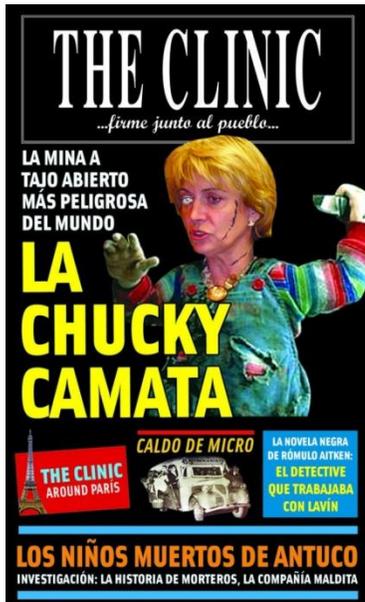


Fig. 99 N°156



Fig. 100 N°509



Fig. 101 N°522

Sin embargo, y a pesar de que quedó estigmatizada por su forma de hablar, la que resulta particularmente divertida debido al tono “cuico” que utiliza y a su propio origen acomodado, no se ha sabido últimamente de nuevos incidentes como estos. Quizás porque de una vez entendió que más allá de que los garabatos son parte de la idiosincrasia chilena –siendo pocos los libres de polvo y paja- y que tener mal genio no es pecado, hay contextos y contextos. Al menos así lo manifestó tiempo antes de competir por la presidencia el año 2013, cuando señaló que "ahora me volveré a enojar, pero sin garabatos"²⁹⁹.

²⁹⁹ 24 Horas. Evelyn Matthei: Me volveré a enojar, pero sin garabatos. 25/07/13. Disponible en <http://www.24horas.cl/politica/decisionfinal/evelyn-matthei-me-volvere-a-enojar-pero-sin-garabatos-762044> Acceso el 14/05/15.

5.2 Grandes temas, momentos y discusiones nacionales

Las grandes discusiones país también han tenido cabida en el semanario, cuya portada hace las veces de afiche y que, tras revisarla en orden temporal, permiten una vista general de la evolución de distintas materias importantes en el desarrollo de la sociedad chilena.

5.2.1 Elecciones presidenciales

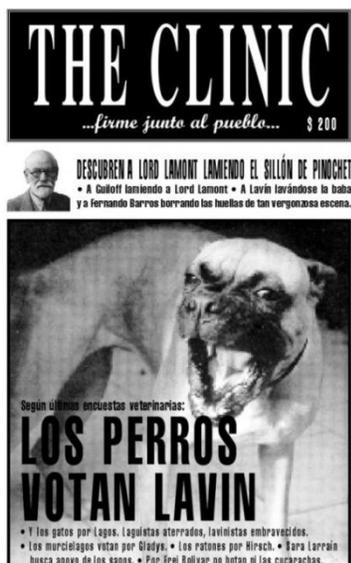


Fig. 102 N° 10



Fig. 103 N° 167



Fig. 104 N° 322



Fig. 105 N° 516

5.2.2 Conflicto Educativo



Fig. 106 N° 49



Fig. 107 N° 178



Fig. 108 N°398

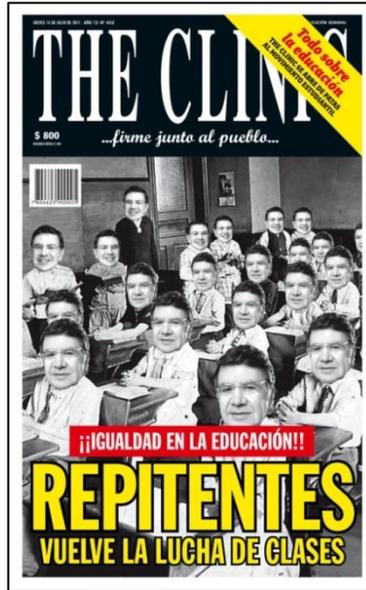


Fig. 109 N°402



Fig. 110 N°467

5.2.3 Conflicto Estado Chileno - Pueblo Mapuche



Fig. 111 N°73



Fig. 112 N°363

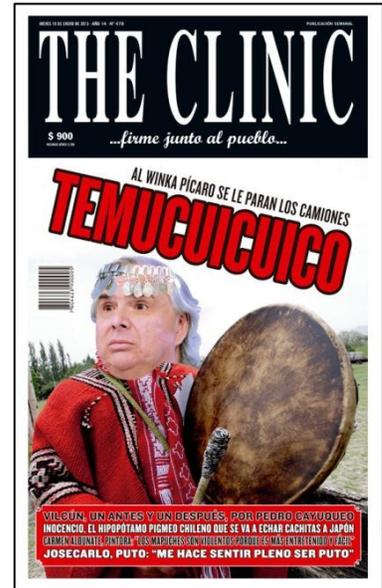


Fig. 113 N°478

5.2.4 Transantiago



Fig. 114 N°201



Fig. 115 N°202



Fig. 116 N°258

5.2.5 Aborto



Fig. 117 N°46



Fig. 118 N°47



Fig. 119 N°185



Fig. 120 N°198

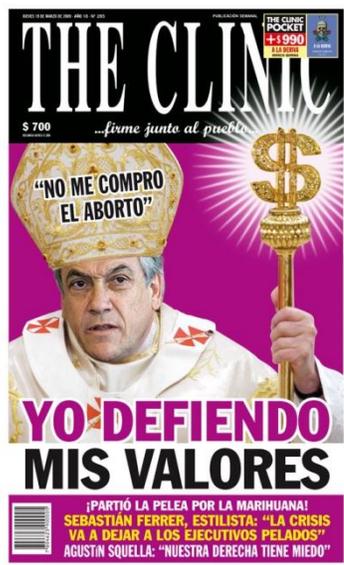


Fig. 121 N°285



Fig. 122 N°545

5.2.6 Catástrofes

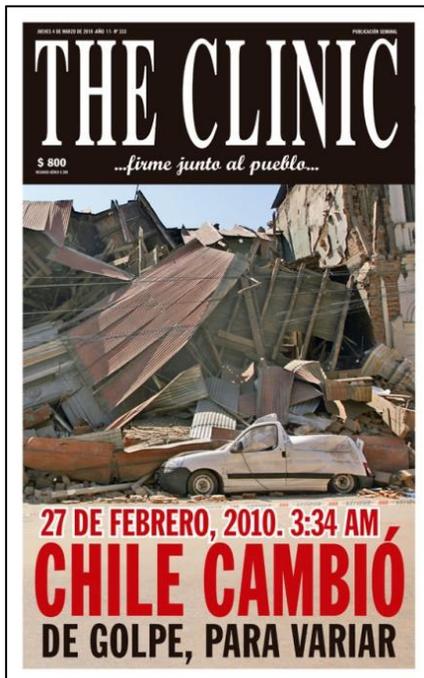


Fig. 123 N°333

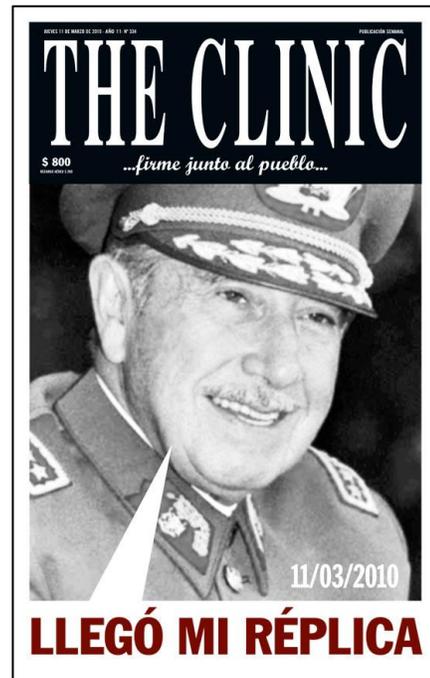


Fig. 124 N°334



Fig. 125 N° 538

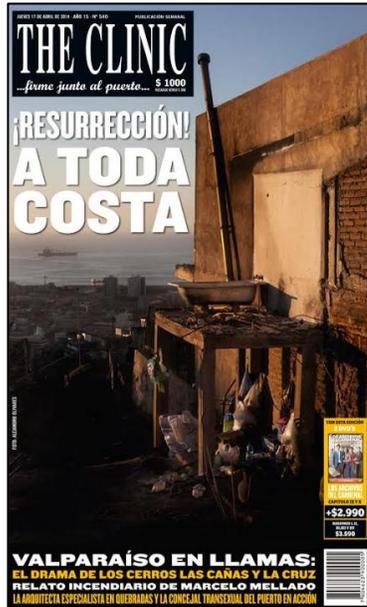


Fig. 126 N° 540



Fig. 127 N° 588

5.2.7 Mar para Bolivia



Fig. 128 N° 462



Fig. 129 N° 552



Fig. 130 N° 593

CONCLUSIONES

Tanto los éxitos como los fracasos no vienen de la nada. Aunque muchas veces parezca que simplemente se trata del azar, la verdad es que existe una cantidad inmensa de variables que posibilitan uno u otro resultado en toda suerte de asuntos.

La prensa que existe en un país refleja a la sociedad que la vio nacer. Tanto los medios como sus públicos no son sino una de las tantas expresiones de la realidad de una idiosincrasia particular, y en el caso de la revista *The Clinic*, y su instalación como referente de ingenio, descaro, vulgaridad, irrespeto, entre otros muchos conceptos que se le puedan atribuir tanto por seguidores como detractores, invita a reflexionar qué fue lo que hizo posible el afianzamiento de un medio de esas características pese a su precario, inestable y cuestionado comienzo, y sobre todo, tratándose de un país tildado por muchos como conservador. Y no se trata solo de explicar por qué tuvo éxito en su aparición, sino que entender cómo tras 16 años en la arena comunicacional se logra mantener vigente.

En primer lugar, está el historial satírico-político de nuestro país. Si bien el *The Clinic* marcó una inflexión en los modos de hacer humor político, su

recepción no se puede atribuir a una circunstancia cuasi mágica. Con casi dos siglos de desarrollo de la mordacidad cómica que anteceden a la revista y una sociedad que ha cultivado una veta burlesca tanto en sus esferas más populares como dentro de los círculos intelectuales, *The Clinic* encontró un buen nicho donde plantear su proyecto. Este antecedente de la idiosincrasia chilena permite dar luces de por qué actualmente tienen buena llegada las propuestas cómicas que exponen a las autoridades a la burla pública, por qué hemos sido cuna de plumas satíricas y por qué este fenómeno efectivamente logra un efecto descompresor de las tensiones latentes al aliarse con el placer de la risa. Por alguna razón que probablemente se remonta a procesos muy lejanos en el tiempo –y que sería interesante tema de indagación para la antropología o la sociología- existe una suerte de gen social que desde hace al menos dos siglos nos inclina a celebrar tanto en lo privado como en lo público las ridiculizaciones de los vicios del poder y dejar de lado la noción de respeto sacro a la autoridad que por mucho tiempo se quiso cultivar; probablemente la imagen formal y tono grave que se nos ha atribuido como sociedad chilena, más que estar sustentado en una “real” manera de ser –si es que cabe postular la existencia “manera real de ser”, considerando que, en cualquier caso, la sociedad es un variado crisol de comportamientos-, se ha sostenido básicamente por aspiraciones elitistas o esfuerzos institucionales -varias veces autoritarios-, afirmados en la presión de las reglas o simplemente en el ejercicio del miedo. En este caso, el *The Clinic* justamente vino a generar un quiebre en

materia de expresión, tras un escenario como el descrito anteriormente, de miedo y recelo, y es aquí donde aparece otra variable de interés: el evento detonante.

La detención de Pinochet en Londres fue exactamente lo que se necesitaba para reflotar un espíritu cómico que, dadas las circunstancias políticas, fue acallado durante bastante tiempo. Pocos momentos en la historia de Chile debieron presenciar tal nivel de impotencia en el sentir social: Pinochet llevaba años paseándose a vista y paciencia de un país entero, pese a los horribles crímenes sabidos –aunque no necesariamente admitidos- por todos y su poder seguía latente en solapadas formas, sumándose a eso las rarezas de una transición política hacia la democracia que no dejaba de sorprender. En ese contexto, ver a esta ingrata figura en tela de juicio frente al mundo daba esperanzas de la obtención de justicia, además de brindar una sensación de empoderamiento: los militares ya no eran intocables. Lo anterior, sumado al teatro político y comunicacional en torno a la “soberanía mancillada”, se convirtieron en una bomba de tiempo que halló en *The Clinic* una de sus vías para hacer explosión, ya que planteaba con ironía y agudeza –y un tono altamente desenfadado para lo que se estilaba- una serie de reflexiones que evidenciaban el total extravío de la sensatez de la institucionalidad chilena y la nula empatía de una gran parte de la ciudadanía, algo que de seguro pasaba por la mente de buena parte de quienes presenciaban este espectáculo.

No obstante, por muy grande que fuera la importancia de este evento histórico y su nefasto protagonista, la verdad es que resulta poco probable que *The Clinic* pudiera mantenerse durante 16 años solo tirando dardos contra Pinochet, sus aliados o a la Concertación –hoy Nueva Mayoría-, pese a que muchos de ellos siguen en el escenario mediático al día de hoy y que la clase política en general han dado material de sobra para el ensañamiento durante estos años. Sin perjuicio de que el ex dictador siga siendo el ícono de una indisoluble relación con el medio, y con la propia escena política actual, la estrategia vital de *The Clinic* fue haber ido más allá de aquel trampolín que fue la figura de Pinochet y el momento de inflexión que significó su detención, para crear e instalar un estilo editorial alternativo. Un estilo desordenado, que se saliera de las estructuras y focos tradicionales, ya no solo para hacer humor, sino que para incursionar en un periodismo distinto que dedicara a relatar tanto lo contingente como a escudriñar en realidades de las que no se solía hablar. Cosas que como las que salían a la luz en medio de las picarescas canciones populares de las chinganas del siglo diecinueve; cosas que se conversan y viven el día de hoy, no solo entre la gente común y corriente, sino que entre los propios personajes del poder, que fuera de los momentos de ejercicio del mismo, tienen una vida diaria, humana, como todos. Donde existe el sexo, los defectos, la estupidez, los garabatos y sobre todo, donde existen historias que son ajenas a lo institucional. Y si bien esta propuesta cultivada durante los primeros años fue evolucionando en el tiempo –para decepción de una parte de

sus antiguos seguidores-, debido tanto a una reinención de contenidos o el franco remplazo de otros –algo previsible en un medio tras 15 años-, como por la desaparición de colaboradores clave tras algunos de estos contenidos – en situaciones no exentas de polémica-, esta narrativa alternativa que indagaba en lo irrelevante, el pudor y lo tabú y que nutrió la propuesta del medio en sus primeros años, fue la responsable de la gestación un sello reconocible que, amado u odiado, se instaló en el imaginario colectivo y amplió los límites de la libre expresión en el escenario de las comunicaciones. Un enfoque amplio que, no sería atrevido afirmar, responde a preocupaciones manifestadas ya en el siglo 19 por Juan Rafael Allende, en su justa proporción y que le valieron ser catalogado de “roto”, como sucedió con *The Clinic*.

Pero este “concepto *The Clinic*”, no solo prosperó por su propuesta de contenidos. Lamentablemente, el mercado no siempre mide el ingenio, la calidad, el esfuerzo o siquiera el tamaño del público a la hora de escoger quienes siguen en carrera. La variable económica ha sido un verdugo de excelentes publicaciones, así como ha permitido sobrevivir a muchas que no son particularmente novedosas. Si bien hoy las dinámicas son mucho más flexibles y el internet ha desdibujado los límites del consumo de contenidos alternativos, definitivamente no es fácil sobrevivir cuando se trata de una propuesta irreverente, y menos en la época de génesis del *The Clinic*: las estrategias comerciales de su modelo de financiamiento han sido clave en su sobrevivencia, y el uso práctico del concepto creativo que finalmente devino en

marca, les permitió aventurarse no solo a ir haciendo crecer el propio medio, sino que a idear diversos productos a partir del *The Clinic*, que han vuelto al medio en un negocio rentable. Algo que por cierto ha tenido sus costos a nivel de percepción del público, sufriendo cuestionamientos respecto a la consecuencia del medio con los valores que los lectores le fueron atribuyendo conforme se afianzaba en el espacio comunicacional; punto que, por lo demás, hace de *The Clinic* un interesante caso de análisis en torno a la discusión sobre los límites éticos de desarrollo comercial –si los hay– en un medio de comunicación. En cualquier caso, esta evolución comercial, controvertida para algunos, les ha permitido sortear numerosas dificultades en torno al financiamiento, sobre todo con lo esquivada que le fue durante mucho tiempo una de las más importantes en todo medio: la publicidad.

El éxito del medio no se ha sustentado en ideas milagrosas ni mesiánicas. Todas las variables antes mencionadas han posibilitado, desde diversos flancos, la permanencia de la revista, como un entramado que ha resistido las múltiples dificultades que un medio debe enfrentar en el tiempo, más aun cuando se habla de contenidos no convencionales para la época en que fueron propuestos. Y aunque es imposible afirmar qué hubiese pasado de ausentarse alguna de las situaciones antes descritas, lo claro es que tanto el historial satírico de nuestro país, las circunstancias políticas de 1998, la novedosa y atrevida propuesta y la estrategia comercial han actuado como el engranaje tras la estabilidad de un medio que ha podido presenciar diversos procesos

transformadores de la sociedad y ser parte influyente en los mismos, congregando en un solo espacio muchas facetas de ese Chile que a fines de los 90' aún no se podía despertar ni destapar y que quizás, aun no lo ha hecho del todo, pero que definitivamente ha ido evolucionando.

En este sentido sus portadas son una expresión clave de lo que significa *The Clinic* y su aporte a la expansión de los fronteras de lo informativo y lo cultural, Algunos les rinden pleitesía, a otros les irritan, y de seguro a una buena parte de la sociedad simplemente no le importan, pero están ahí, y cuentan historias a todo quien las ve y sin que siquiera haya necesidad de adquirir la revista; afiches tan absurdos como serios a la vez y hechos desde una perspectiva que quizás muchos no compartan, pero que puestos en una línea de tiempo, hacen las veces de un peculiar diario de vida del Chile después de Pinochet.

RECURSOS BIBLIOGRÁFICOS

- LIBROS -

- BECKETT, Andy. Pinochet en Picadilly. Tusquets Editores. 2003.
- BERGSON, Henri. La risa. Editorial Sarpe. Madrid, 1985.
- CARRASCO SAAVEDRA, Bernardo, DE ALDAI I ASPEE, Manuel. Sínodos diocesanos del arzobispado de Santiago de Chile. New York, Eduardo Dunigan y hermano, 1858.
- CASTAÑEDA, Jorge y Morales, Marco. Lo que queda de la izquierda. Penguin Random House Grupo Editorial, México, 2010.
- DE ROTTERDAM, Erasmo. Elogio de la Locura. Traducción y prólogo de A. Rodríguez Bachiller. Editorial Aguilar. Madrid, 1944.
- DONOSO, Ricardo, La sátira política en Chile. Imprenta Universitaria, Santiago, 1950.
- DRPIC, Zvonimir. Las Manifestaciones de la pugna Iglesia-Estado en Chile respecto de la sucesión arzobispal de Santiago. 1878-1886. Santiago, 2012.
- GERDTZEN, Felipe y Pérez, Mónica. Augusto Pinochet: 503 días atrapado en Londres. Editorial Los Andes, Santiago, 2000.
- GREZ, Vicente. La Vida Santiaguina. Edición de Raúl Silva Castro. Editorial Santiago de Chile, Santiago, 1968.
- HEISE, Julio. Historia de Chile, Periodo Parlamentario 1861-1925. Editorial Andrés Bello, 1982.
- HODGART, Matthew, La Sátira. Editorial Guadarrama, Madrid, 1969.
- HUNEEUS, Carlos. Chile un país dividido. La actualidad del pasado. Editorial Catalonia, 2003.
- HUTCHEON, Linda, Ironía, sátira, parodia. Una aproximación pragmática a la ironía, en De la ironía a lo grotesco: en algunos textos literarios hispanoamericanos. Universidad Autónoma Metropolitana, México, 1992.
- JOUBERT, Laurent. Tratado de la risa. Asociación Española de Neuropsiquiatría. Madrid, 2002.
- KRSTULOVIC, Ozren Agnic. Pinochet S.A.: la base de la fortuna. RIL Editores, Santiago, 2006.

- LAGOS, Andrea et. al, The Clinic Interview. Santiago, Ediciones y Publicaciones Bobby S.A., 2003.
- LAGOS, Jaime. El "Caso Pinochet" ante las cortes británicas. Editorial Jurídica de Chile, 1999.
- LAVAL, Ramón. Del Latín en el Folklore Chileno. Imprenta Cervantes, 1927.
- SALINAS, Luis. The London Clinic. Lom Ediciones, 1999.
- SALINAS, Maximiliano et al. El que ríe último...Caricaturas y poesías en la prensa humorística chilena del siglo XIX, Editorial Universitaria, Santiago, 2001.
- SCHOPF, Federico. Las Huellas del Antipoema. Revista Iberoamericana, 1994.
- TIRONI, Eugenio. ¿Por qué no me quieren? Del Piñera Way a la rebelión de los estudiantes. Editorial UQBAR, Santiago, 2011.
- VICUÑA MACKENNA, Benjamín. El Castigo de la Calumnia. Compilación de las principales piezas de los procesos de imprenta promovidos contra el diario "Ferro-carril" i los periódicos "la Linterna del Diablo" i "el Charivari.". Imprenta de la República, Santiago, 1968.

- PERIÓDICOS -

- Ají Verde, número 10, 21 de noviembre de 2012.
- Ají Verde, número 14, 13 de enero de 2013.
- El Canalla. N° 4, 20 de febrero de 1828.
- El Hambriento. N°1. 20 de diciembre de 1827.
- El Mercurio, 14 de octubre de 1998.
- El Mercurio, 17 de octubre de 1998.
- El Mercurio, 19 de octubre de 1998.
- El Mercurio de Valparaíso, 30 de Junio de 2002.
- El Pipiolo, N°1. Santiago de Chile, Imprenta de la Independencia, 1827.
- La Linterna del Diablo N°1, Santiago de Chile, viernes 23 de agosto de 1867.
- La Segunda, 26 de octubre de 1998.
- La Segunda, 30 de octubre de 1998.

- La Tercera, 18 de octubre de 1998.
- La Tercera, 21 de octubre de 1998
- La Tercera, 31 de octubre de 1998.
- The Clinic. Números del 1, del 23 de noviembre de 1998 al 218, del 4 de octubre de 2007. Para efectos de revisión de portadas, se extiende hasta la edición N°593 del 7 de mayo de 2015.

- REVISTAS -

- La Castaña N° 7, primavera 1987. José Miguel Carrera, ¿mártir de los caricaturistas? Firmado por Jorge Montealegre.
- Palma Alvarado, Daniel. De apetitos y de cañas. El consumo de alimentos y bebidas en Santiago a fines del siglo XIX. Revista Historia N°37, Vol.2. Instituto de Historia Pontificia Universidad Católica, 2004.
- Palma Alvarado, Daniel. Las andanzas de Juan Rafael Allende por la ciudad de los “Palacios Marmóreos” y las cazuelas deleitosas. Santiago de Chile, 1880-1910. Revista de Historia Social y de las Mentalidades, N°13, Vol. 1. 2009.
- Salinas, Maximiliano. ¿Una risa jerárquica? La revista Topaze: Características y límites de la sátira política en Chile. Revista Ciencias Sociales N° 20, Universidad Arturo Prat.
- Salinas, Maximiliano. Allende, Juan Rafael, "El Pequeño", y los rasgos carnavalescos de la literatura popular chilena del siglo XIX. Revista Historia N°37, Vol.1, Instituto de Historia Pontificia Universidad Católica. 2004.

- DOCUMENTOS -

- Antezana, Lorena. La caricatura de prensa chilena, en Documentos de Trabajo, N° 3. Centro de Estudios de la Comunicación, Universidad de Chile, 2006.
- Brett, Sebastián y Collins, Cath. El Efecto Pinochet: A diez años de Londres 1998. Informe Conferencia. Universidad Diego Portales, Santiago, Chile, 8-10 Octubre 2008
- Estudio General de Lectura Valida-IPSOS, para el periodo julio 2013-junio 2014.

- Human Rights Watch. Crossing the Line: Plan Z en Limits of Tolerance: Freedom of Expression and the Public Debate in Chile. Noviembre de 1998.
- Molina, Fernando. Las bases sociales de la democracia, ensayo para el seminario Temas de Teoría Democrática Contemporánea, organizado por el Centro de Estudios Públicos, 9 de julio de 1984.
- Montealegre, Jorge. Cenizas de la memoria: testimonio sobre censuras, autocensuras y desobediencia en Anales de la Universidad de Chile N°6, junio de 2014- Serie 7.

- RECURSOS ELECTRÓNICOS -

- Álvarez Junco, Manuel. El humor necesario y la responsabilidad. 16/01/15. Disponible en http://cultura.elpais.com/cultura/2015/01/16/babelia/1421419841_842686.html
- Bartholomew, Melania et al. Informe sobre la detención de Pinochet en Inglaterra. 28/10/98. Archivo Chile, Centro de Estudios Miguel Enríquez Disponible en http://www.archivochile.com/Dictadura_militar/pinochet/juicios/DMjuiciopino80036.pdf Acceso el 3/04/15.
- Biblioteca Nacional de Chile. Juan Rafael Allende (1848-1909). Memoria Chilena. Disponible en <http://www.memoriachilena.cl/602/w3-article-3493.html> Accedido el 20/3/15.
- Biblioteca Nacional de Chile. Juan Rafael Allende (1848-1909). Memoria Chilena. Disponible en <http://www.memoriachilena.cl/602/w3-article-3683.html>. Accedido el 18/3/15.
- Bilbao, Francisco. Sociabilidad Chilena. 1844. Disponible en http://www.franciscobilbao.cl/1909/articles-81870_pdf.pdf Accedido el 20/03/15.
- Campos Godoy, Fernando. La Fiesta de la Chaya en Santiago de Chile entre 1880 Y 1910: Una expresión pública censurada por la élite. Disponible en <http://www.paillal.cl/Documentos/La%20Fiesta%20de%20la%20Chaya.doc> Acceso el 25/05/2015.
- Centro de Derechos Humanos Universidad de Chile. Casos de Corrupción en Chile. Disponible en http://www.cdh.uchile.cl/corrupcion/pdf/Casos_Chile.pdf Acceso el 20/04/15
- Centro de Estudios Bicentenario Chile. Carta de Eduardo Frei Montalva a Mariano Rumor. Disponible en

http://www.bicentenariochile.cl/index.php?option=com_content&view=article&id=18:carta-de-eduardo-frei-montalva-a-mariano-rumor&catid=9:documentos-historicos&Itemid=9
Acceso el 16/05/15

- Cooperativa. Así se vivió el anuncio de Longueira en las redes sociales. 29/04/13. Disponible en <http://www.cooperativa.cl/noticias/pais/politica/udi/asi-se-vivio-el-anuncio-de-longueira-en-las-redes-sociales/2013-04-29/201322.html> Acceso el 25/05/15
- Cooperativa. Tertulias del Nuevo Periodismo en Borde Río. 10/04/01. Disponible en <http://www.cooperativa.cl/noticias/cultura/tertulias-del-nuevo-periodismo-en-borderio/2001-04-10/160300.html> Acceso el 27/02/15
- Cooperativa, Matthei admite que trató de huevones a diputados de oposición. 03/10/12 Disponible en <http://www.cooperativa.cl/noticias/pais/politica/camara-de-diputados/matthei-admitio-que-trato-de-huevones-a-diputados-de-oposicion/2012-10-03/103555.html> Acceso el 20/05/15
- Cornejo Cancino, Tomás. La injuria en imágenes: el vilipendiado honor de los hombres públicos chilenos en la prensa satírica (1860-1900) en Revista Nuevo Mundo, Mundos Nuevos. Publicado el 15 de septiembre de 2006. Disponible en: <https://nuevomundo.revues.org/2815?lang=en#ftn47> Acceso el 15/07/2014.
- El Mercurio, “¿! true chilean story: cómo echaron a Enrique Symns de The Clinic”. Zona de Contacto. 16/11/01. Disponible en <http://diario.elmercurio.com/detalle/index.asp?id={98fd7cba-6d91-4a2c-98e6-eb9eef71e005}>
- El Mercurio, Zona de Contacto. 16/11/01. Disponible en <http://diario.elmercurio.com/detalle/index.asp?id={98fd7cba-6d91-4a2c-98e6-eb9eef71e005}> Acceso el 15/06/15
- El Mercurio de Valparaíso. El hogar de los Parias. 02/09/2000. Disponible en <http://www.mercuriovalpo.cl/site/edic/20000901201332/pags/20000901223236.html>. Acceso el 16/4/2015.
- El Mostrador. Atributos de los chilenos: Respetuosos, serios y cultos. Publicado 12/05/12. Disponible en <http://www.elmostrador.cl/noticias/pais/2012/05/12/atributos-de-los-chilenos-respetuosos-serios-y-cultos/> Accedido el 15/3/15.
- El Mostrador. Disponible en <http://www.elmostrador.cl/noticias/pais/2012/07/17/el-aji-que-no-alcanza-a-irritar/> Acceso el 25/06/15
- El Mostrador. Piñera se sale de protocolo...04/06/13. Disponible en <http://www.elmostrador.cl/noticias/pais/2013/06/04/pinera-se-sale-de-protocolo-y-se-sienta-en-el-escritorio-de-obama-en-la-casa-blanca/>
- El Mundo, Michelle Bachelet: mujer, izquierdista y agnóstica 16/01/06 Disponible en

<http://www.elmundo.es/elmundo/2005/12/10/internacional/1134222473.html> Acceso el 10/06/15

- El Dínamo. Longueira Regalón. 24/02/12. Disponible en <http://www.eldinamo.cl/2012/02/24/longueira-regalon/> Acceso el 03/03/15

- Emol. Video capta a Cecilia Morel pidiéndole a Piñera...21/10/10. Disponible en <http://www.emol.com/noticias/nacional/detalle/detallenoticias.asp?idnoticia=442749>

- Emol. Lo peor del 2007 fue no escuchar mi instinto y dar paso al Transantiago. 26/12/07 <http://www.emol.com/noticias/nacional/2007/12/26/286534/bachelet-lo-peor-del-2007-fue-no-escuchar-mi-instinto-y-dar-paso-al-transantiago.html> Acceso el 20/05/2015

- Emol. Jueza Chevesich: Libedinsky me pidió no citar a Lagos. 06/07/04. Disponible en <http://www.emol.com/noticias/nacional/2004/07/06/152307/jueza-chevesich-libedinsky-me-pidio-no-citar-a-lagos.html> Acceso el 05/03/15

- El País, Editorial: Pinochet, detenido. 18/10/98. Disponible en http://elpais.com/diario/1998/10/18/opinion/908661604_850215.html. Acceso el 19/04/2015.

- El País. Una Clase Política Desgarrada Por "Razones De Estado". Firmado por Relea, Francesc.02/11/98 Disponible en http://elpais.com/diario/1998/11/02/internacional/909961207_850215.html. Acceso el 30/4/2015 Acceso el 13/04/15

- Gómez, Alberto (Usuario Youtube). Iván Moreira y su "Huelga de hambre" por Pinochet. Noviembre de 1998, subido el 16 de agosto de 2013. Video disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=mzH5i-pQeUw> Acceso el 7/5/2015.

- Gumucio, Rafael, Historia Triste del The Clinic, 5 de julio de 2013, en The Clinic Online. Disponible en <http://www.theclinic.cl/2013/07/05/historia-triste-del-clinic/> Acceso el 22/4/2015.

- Informe sobre el examen médico realizado a Pinochet. Archivo Chile. Disponible en http://www.archivochile.com/Dictadura_militar/pinochet/juicios/DMjuiciopino80016.pdf

- Instituto de la Comunicación e Imagen. Pluralismo de los Medios en Chile. 09/11/10. Disponible en <http://www.icei.uchile.cl/noticias/67108/pluralismo-en-los-medios-en-chile> Acceso el 27/02/15

- Krauss, Clifford. Paine Journal; Pinochet's Arrest Revives Buried Fears in Chile. New York Times, 13 de noviembre de 1998. Disponible en <http://www.nytimes.com/1998/11/13/world/paine-journal-pinochet-s-arrest-revives-buried-fears-in-chile.html>. Acceso 14/03/2015.

- La Esperanza Reconquistada, Crónica de las Vicisitudes y Lecciones de 503 Días de Lucha por la Extradición de Pinochet a España. Ediciones: Iniciativa-503

(Editores: JB, P, SV, PM, SB) en Memoria Viva. Disponible en http://www.memoriaviva.com/503/la_esperanza_reconquistada.htm. Acceso 13/4/2015.

- La Nación. Episodio Clínico. Firmado por Santiago del Campo. Publicado 25/03/2005. Disponible en <http://www.lanacion.cl/noticias/vida-y-estilo/episodio-clinico/2005-03-26/170024.html> Accedido el 15/3/2015.

- La Nación. Straw a 15 años de la detención de Pinochet...14/10/13. Disponible en <http://www.lanacion.cl/straw-a-15-anos-de-la-detencion-de-pinochet-me-indigno-saludo-a-pie-en-su-regreso/noticias/2013-10-14/083311.html> Acceso el 23/03/15

- La Nación. Le he rezado a Jaime Guzmán y me dijo 'sigue a ese cura, que está metido'. 29/10/2003 Disponible en <http://www.lanacion.cl/noticias/site/artic/20031028/pags/20031028212951.html> Accedido el 15/3/2015.

- La Segunda. Mario Lobo: La lucha del ex socio cubano de Celfin...07/12/11. Disponible en <http://www.lasegunda.com/Noticias/Economia/2011/12/707148/mario-lobo-la-lucha-del-ex-socio-cubano-de-celfin-tras-el-accidente-que-cambio-su-vida> Acceso el 07/07/15

- La Segunda. Hermógenes cuenta génesis de la reedición (...)17/10/13 <http://www.lasegunda.com/Noticias/Impreso/2013/09/879700/hermogenes-cuenta-genesis-de-la-reedicion-de-la-carta-de-frei-montalva-a-mariano-rumor> 19/05/15

- Martínez Baeza, Sergio. Juan Rafael Allende y la Sátira Política en Chile, ponencia de la Cuarta Jornada de Personajes de la Historia de Chile de la Universidad Gabriela Mistral. Video disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=jYSijj8Pul>> Accedido el 18/10/2014.

- Página de Facebook de Ají Verde. Inactiva, pero aun disponible en línea en https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=428842057154014&id=393985720639648 Acceso el 26/06/15

- Panorama de la prensa latinoamericana. El boom antes de afrontar el desafío de Internet. Disponible en http://www.dmasillorenteycuencia.com/publico/140109_dmasi_Informe_especial_prensa_latam.pdf

- Puro Periodismo. Juan José Lyon, editor de Ají Verde... 04/09/12. Disponible en <http://www.puroperiodismo.cl/?p=20502> Acceso el 25/06/15

- Qué Pasa. Liz Taylor, listeilor. 30/12/11. Disponible en <http://www.quepasa.cl/articulo/actualidad/2011/12/1-7384-9-liz-taylor-listeilor.shtml> Acceso el 09/03/15

- Real Academia Española. Sátira [artículo enmendado]. En Diccionario de la lengua española (avance de la 23.a ed.). <http://lema.rae.es/drae/?val=sátira> Acceso el 15/05/15

- Recortes Conferencia Episcopal de Chile. 11/11/08. Disponible en <http://recortes.iglesia.cl/recorte.php?id=10017> Acceso el 15/05/15
- The Clinic Online. El día de Furia de la Zona de Contacto. 15/12/08. Disponible en <http://www.theclinic.cl/2008/12/15/el-dia-de-furia-de-la-zona-de-contacto/> Acceso el 05/07/15
- The Clinic, Editorial. 18 de julio de 2013. Disponible en <http://www.theclinic.cl/2013/07/18/mea-culpa/> Acceso el 15/05/15
- The Clinic Online, La vida hippie de Longueira....27/03/2015. Disponible en <http://www.theclinic.cl/2015/03/27/la-vida-hippie-de-longueira-lejos-de-la-crisis-que-remece-la-politica/> Acceso el 25/05/15
- The Clinic Online. Los aperrados años de Longueira en las poblaciones. 29/07/13. Disponible en <http://www.theclinic.cl/2013/07/29/los-aperrados-anos-de-longueira-en-las-poblaciones/> Acceso el 26/06/15
- 24 Horas, Evelyn Matthei: Me volveré a enojar, pero sin garabatos. 25/07/13. Disponible en <http://www.24horas.cl/politica/decisionfinal/evelyn-matthei-me-volvere-a-enojar-pero-sin-garabatos-762044> Acceso el 14/05/15.

- ENTREVISTAS -

- DITTBORN BARROS, Pablo. 14 de abril de 2015.
- FERNÁNDEZ CHADWICK, Patricio. 7 de abril de 2015.
- GALLARDO, JAQUELINE, Kiosko Paseo Huérfanos. 1 de julio de 2015.
- GUMUCIO ARAYA, Rafael. 16 de abril de 2015.
- TAMAYO GREZ, Tania. 11 de octubre de 2014.