

**UNIVERSIDAD DE CHILE  
FACULTAD DE CS. SOCIALES  
ESCUELA DE PERIODISMO**

**SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN**

**REPRESENTACIÓN POPULAR  
EN EL LENGUAJE DEL DIARIO  
LA CUARTA**

**MARIELA FU RODRÍGUEZ  
MARÍA CECILIA LOBOS A.  
CAROLINA PIZARRO ORTÍZ.**

## ÍNDICE

<b>Introducción</b>	<b>4</b>
<b>I. Reseña Histórica.</b>	<b>7</b>
<b>I.1. Primeros Pasos.</b>	<b>7</b>
<b>I.1.2. El Periodismo Colosal.</b>	<b>11</b>
<b>I.2. Evolución de la Prensa Escrita en Chile.</b>	<b>12</b>
<b>I.2.1. La Prensa en la Patria Vieja.</b>	<b>13</b>
<b>I.2.2. Emancipación y Periodismo.</b>	<b>15</b>
<b>I.2.3. Los Periódicos y el Romanticismo.</b>	<b>18</b>
<b>I.2.4. A un Siglo de Vida.</b>	<b>22</b>
<b>I.2.5. La Prensa de Fin de Milenio.</b>	<b>24</b>
<b>I.2.6. Monopolización de la Prensa Actual.</b>	<b>26</b>
<b>I.3. Evolución de la Prensa Popular en Chile.</b>	<b>29</b>
<b>I.3.1. El Sujeto Popular.</b>	<b>30</b>
<b>I.3.2. La Matriz de “El Clarín”.</b>	<b>34</b>
<b>II. Marco Teórico.</b>	<b>40</b>
<b>II.1. De qué Hablamos Cuando nos referimos a <i>Lo Popular</i>.</b>	<b>40</b>
<b>II.1.2. Primer acercamiento a <i>lo popular</i></b>	<b>42</b>
<b>II.1.3. Politización del Concepto de Pueblo: La teoría Marxista.</b>	<b>45</b>
<b>II.1.4. La Sociedad de Masas.</b>	<b>47</b>
<b>II.1.5. La Hegemonía.</b>	<b>49</b>
<b>II.1.6. América Latina y la Massmediación.</b>	<b>52</b>

<b>II.1.7. Algunas Conclusiones Acerca de <i>Lo Popular</i>.</b>	<b>54</b>
<b>II.2. La Representación de <i>Lo Popular</i> en el Caso Chileno.</b>	<b>56</b>
<b>II.2.1. La Crisis de <i>Lo Popular</i>.</b>	<b>56</b>
<b>II.2.2. Matrices Culturales.</b>	<b>71</b>
<b>II.2.3. Lengua Popular: La Creatividad del Chileno.</b>	<b>81</b>
<b>II.3. Somos en el Lenguaje.</b>	<b>89</b>
<b>II.3.1. Interpretamos a los Seres Humanos como Seres Lingüísticos.</b>	<b>103</b>
<b>II.3.2. Interpretamos al Lenguaje como Generativo.</b>	<b>104</b>
<b>II.3.3. Interpretamos que los Seres Humanos se Crean a sí Mismos en el Lenguaje y a través de él.</b>	<b>109</b>
<b>II.3.4. Algunas Observaciones acerca del Lenguaje.</b>	<b>112</b>
<b>III. La Cuarta: El Diario <i>Popular</i>.</b>	<b>113</b>
<b>III.1. ¿Qué es <i>Lo Popular</i> para el Diario La Cuarta?.</b>	<b>113</b>
<b>III.2. Las Noticias: La Realidad Dramatizada en el Lenguaje.</b>	<b>121</b>
<b>III.2.1. Crónica Roja.</b>	<b>124</b>
<b>III.2.2. Deportes.</b>	<b>135</b>
<b>III.2.3. Bohemia Santiaguina.</b>	<b>142</b>
<b>IV. Los Lectores de La Cuarta.</b>	<b>162</b>
<b>Conclusiones.</b>	<b>176</b>
<b>Bibliografía.</b>	<b>179</b>

## **INTRODUCCION**

El 13 de Noviembre de 1984 surgía en medio del periodismo nacional "*La Cuarta*", periódico que se autodefine como *El Diario Popular*. Este nuevo medio de comunicación escrito, perteneciente al Consorcio Periodístico de Chile S.A. (COPESA), vino a cubrir un público que no era representado por los diarios existentes.

El diario "*La Cuarta*" nace en un período difícil de la historia de Chile. En una época en que la palabra pueblo tenía claras connotaciones políticas, el estrenado periódico viene a plantear una nueva forma de acercarse al mundo popular. No se instala como un diario de una clase socioeconómica en antagonismo con otra, ni tampoco como el medio que se enfrentará a la censura imperante en el país. La Cuarta, desde un principio, deja establecido que si bien tiene características similares a otros tabloides, tendrá una personalidad diferente a los otros medios escritos que circulan en el país. Tal distinción pasará, fundamentalmente, por la manera de estructurar y relatar las noticias. Si bien no será la primera en hacerlo, lo hará, a nuestro juicio, por razones muy distintas a los periódicos que la antecedieron en este intento.

"*La Cuarta*", como expresión periodística, logró asentarse en el país hasta convertirse en uno de los diarios más leídos del país. Sus títulos se popularizaron y se transformó en un verdadero icono popular.

Pero ¿qué es lo que hace a "*La Cuarta*" el diario popular? ¿Es, acaso, el ser un diario chabacano, simple, y rápido de leer? La respuesta que dio el propio medio a esta pregunta, a fines de 1998, fue que el diario hablaba *como hablan los chilenos*. En esa fecha, La Cuarta inició una campaña publicitaria con el siguiente slogan:

***"La Cuarta: como hablan los chilenos"***

Tal afirmación despertó nuestro interés respecto del matutino. Nació así la inquietud por averiguar la razón por la que había encontrado tanta aceptación en nuestro país, sobre todo en el sector económico D, y si ese elemento atractivo estaba constituido por y en el lenguaje. A esta preocupación se sumó la falta de estudios sobre este medio escrito.

Nuestra propuesta es que "*La Cuarta*" se ha convertido en un referente de la realidad de amplios sectores populares. Una realidad que desde los titulares aparece distinta, que explicita elementos particulares y diferenciadores de los otros periódicos nacionales.

Nos preguntamos, entonces: ¿"*La Cuarta*" representa a lo popular? Sí es así ¿Cómo lo hace?, ¿Qué medios utiliza para hacerlo?

A través del presente seminario de investigación, mediante la realización de un trabajo en terreno construido en función de entrevistas y del análisis de 50 noticias extraídas del periódico durante el transcurso del año 1999, intentaremos dar una propuesta respecto a las problemáticas recién planteadas.

# I. RESEÑA HISTÓRICA

## I.1. PRIMEROS PASOS

Desde sus orígenes el periodismo a formado parte importante de la civilización. Es más, se ha transformado en uno de los elementos primordiales de la sociedad actual, ya que tiene el valor de ser un documento vivo, vigente e innegable. Los periódicos se han convertido, a través de los años en testimonio de los acontecimientos diarios y, con esto, en parte de la historia de la humanidad.

El periodismo es una de las instituciones sociales que pone mayor énfasis en las relaciones humanas y en el esfuerzo por construir e instaurar todos los medios y mecanismos necesarios para mejorar los sistemas políticos, culturales, sociales y económicos vigentes.

La sociedad actual, cotidianamente debe enfrentarse a nuevos y complejos problemas, lo que hace necesaria una mayor participación de los medios de comunicación para tomar las decisiones adecuadas y resolver los conflictos. La prensa pasa a formar parte importante de la vida política nacional.

La prensa del mundo es expresión del mundo. Todo lo que el hombre hace o dice esta cruzado por el trabajo periodístico. No existe ningún grupo humano ni

sociedad que pueda prescindir de los servicios del periodismo, ya que no solo cumple una función informativa sino que además, tiene una diversidad de misiones dentro de la comunidad, entre las que se encuentran: la educativa, la social, la cultural, la política e incluso cumple con la tarea de entretener a los ciudadanos.

El periodismo contribuye a la orientación de las relaciones internacionales y al progreso de la cultura tanto en el ámbito nacional como en el extranjero. Es más, el buen manejo periodístico y del adecuado tratamiento de las noticias depende, en gran medida, el orden social interno de los países y la paz mundial.

Además, la prensa ayuda a difundir el conocimiento de los pueblos mediante la divulgación de sus culturas, creencias y valores morales, incentivando y promoviendo mayor cordialidad y respeto en los compromisos adquiridos por los diferentes países. No debemos olvidar que son los medios de comunicación los que crean y desarrollan la opinión pública, que es la que en definitiva determina la conducta que adoptarán los gobiernos en las distintas situaciones a las que se deben enfrentar.

Pero, aunque el periodismo tiene una pluralidad de obligaciones sociales que cumplir, la razón fundamental de ser de los medios no responde a ninguna de éstas, pues la prensa emerge por la necesidad imperante que tienen los seres humanos de registrar los hechos que están aconteciendo diariamente en el mundo.

Es por esto, que podemos aventurarnos a afirmar que los primeros pasos del periodismo se remontan a la narración oral, que en la antigüedad era transmitida de generación en generación, y de pueblo en pueblo para que la gente tomara conciencia de lo que sucedía en los distintos lugares del globo.

Posteriormente, el hombre con su trabajo y creatividad ha producido nuevas formas de expresión del mundo, entre estas, la más importante es la escritura. El hombre abandona la oralidad y la reemplaza por la redacción e impresión de textos.

En el siglo XV aparecen las primera hojas manuscritas de carácter informativo, consideradas precursoras de la prensa escrita tal como la conocemos hoy, puesto que se asemejan tanto en el formato como en la manera de producción. Nos referimos a los *avvisi*, periódicos rudimentarios antecesores de las gacetas en los que se encontraban los sucesos más memorables de la época.

Sin embargo, en los años en que se escribían los *avvisi* no había periodicidad en la redacción ni en la publicación de los manuscritos, por lo que se debe tener presente, que no existe historia del periodismo, ni periódicos, ni reporteros antes de invención y uso de la imprenta, ya que con ella se dio continuidad a lo que se escribía.

Después que el mundo conoció el maravilloso invento de Gutenberg la historia de la humanidad cambió, y se comenzó a redactar y a difundir la información por todo el mundo, gracias a las nuevas tecnologías.

La primera publicación de importancia que se realizó con una cierta continuidad fue un folleto noticioso del siglo XVIII. Este pequeño modesto periódico fue creado por el alemán Michael Von Aitzing, y aunque se comercializaba exitosamente, cada seis meses en la feria de Frankfurt, la publicación no contaba con un título fijo.

La iniciativa de Von Aitzing alcanzó tal magnitud que se diseminó por Europa y, rápidamente fue imitada por los monarcas, quienes una vez al mes publicaban los chismes locales y los informes de conflictos extranjeros para entretener a sus súbditos, y mantenerlos al tanto de los sucesos más importantes que se desarrollaban en la época.

Con el correr de los años, fueron apareciendo otras publicaciones, mucho más formales y regulares que estos folletos noticiosos, hasta llegar a las gacetas que son los primeros periódicos de producción diaria.

Entre los pioneros de la prensa escrita se encuentran: *El Reichszeitung* de Alemania (1620) y *La Gazette* de Francia (1631).

### **I.1.2. EL PERIODISMO COLOSAL**

Pese a que Europa fue la cuna del periodismo mundial, no alcanzó la magnitud y relevancia que décadas más tarde logró los Estados Unidos.

A fines del siglo XIX, el modelo de prensa norteamericana llegó a niveles descomunales gracias a sus nuevas técnicas periodísticas, las cuales innovaban no sólo en el tratamiento y redacción de las noticias sino también, en la manera de producirlas. Con esto los *yanquis* consiguieron que todo el viejo continente volviera sus ojos al nuevo estilo periodístico, el cual abandonaba el periodismo de opinión para hacer un trabajo más profesional, mezclando información e interpretación de acontecimientos.

El fenómeno de la prensa norteamericana de carácter sensacionalista y masivo fue tan impactante, que los europeos, especialmente los ingleses, trataron de imitar el formato.

El capitalismo y la economía de mercado apoyaron la novedosa y fructífera idea estadounidense, contribuyendo no sólo a aumentar la cantidad de tiradas y mayor difusión en el ámbito mundial sino que además, impulsaron la libertad y el pluralismo informativo.

En 1883, a su vez, el norteamericano Joseph Pulitzer instauró, en este mismo país, el periodismo escrito a gran escala, el cual no solo se distingue por aumentar la aceptación del público y del tiraje sino también, porque utiliza nuevos métodos para seducir a sus lectores, como por ejemplo, el juego de títulos mezclado con interrogantes, la incorporación de colores vistosos y grandes letras en las portadas para llamar la atención de la gente.

Posteriormente, en 1859 aparece en New York el periódico “Daily News”. Este diario introduce en el periodismo escrito el escándalo y el impacto noticioso, además, de la fotografía y los avisos con dibujos frenéticos. Todo esto con un solo objetivo: vender más periódicos que la competencia. Desde entonces hasta nuestros días, el mercado pasa a regular la empresa periodística.

## **I.2. EVOLUCIÓN DE LA PRENSA ESCRITA EN CHILE**

Los primeros balbuceos del periodismo impreso en América Latina aparecen poco después que los españoles se asentaran en las nuevas tierras y se pusiera en marcha la civilización.

La prensa explica su naturaleza en el nuevo continente por la necesidad de emancipación que tenía el hombre en la época de la Colonia. Los líderes de los distintos pueblos americanos se opusieron a la conquista y lucharon ferozmente hasta conseguir la gran meta: La Independencia.

El movimiento independentista de América produce y modela las naciones con una nueva personalidad, nutrida de su propio carácter y cultura, con lo que cada pueblo adquiere una identidad diferente a la que tenía en los tiempos de la Colonia Española.

Las primeras articulaciones periodísticas en Latinoamérica, zona recién descubierta, se inician con una hoja de noticias que aparece en el año 1594 en Lima. No obstante, el primer papel impreso que merece el nombre de periódico es publicado en el año 1722 y es obra del sacerdote Juan Ignacio Casterona Arzúa, de la Catedral de México.

### **I.2.1. LA PRENSA EN LA PATRIA VIEJA**

La prensa chilena se desarrolla tardíamente en comparación con el resto de las colonias españolas de América. Las primeras publicaciones de los diarios de Lima, Perú, Cuba y México se realizaron antes de 1800, y en Argentina el primer periódico salió a la venta en 1801. En Chile, en cambio, el proceso periodístico fue más lento, ya que sólo en 1810, después de constituido el primer gobierno nacional, las autoridades se preocuparon de adquirir una imprenta con el objetivo de publicar un periódico, el cual, según José Miguel Carrera, serviría para consolidar la independencia y forjar las bases de la naciente e inexperta República.

Antes que la invención de Gutenberg llegara a nuestro país, las noticias del mundo eran conocidas en Chile gracias a dos diarios extranjeros: “*El Mercurio Peruano*” y “*La Gaceta de Lima*”. Ambas publicaciones desarrollaban un periodismo muy poco profesional; había temor de decir la verdad, ya que existía una rígida supervisión de las noticias por parte de los Virreyes de Lima. Esta presión lleva a los dos periódicos a convertirse en aliados y alabadores oficiales de los reyes de España.

Las gestiones para traer una imprenta a Chile y crear un medio de comunicación nacional, comenzaron en 1811, en el período de la Patria Vieja, bajo el gobierno de José Miguel Carrera. Desde Estados Unidos, el sueco Mateo Hoevel trajo a la imprenta y un grupo de tipógrafos para que emprendieran la tarea periodística y formaron un diario.

La imprenta fue instalada en uno de los departamentos del antiguo edificio de la Universidad de San Felipe en Santiago, y el 13 de febrero se inauguró con la publicación del primer periódico nacional “*La Aurora de Chile*”. Este diario de carácter gubernamental y político tuvo una influencia clave en el desarrollo del proceso de emancipación por el que cruzaba nuestro país.

En 1813, luego, de un restringido lapso de vida, en que se publicaron solamente 58 números, el periódico “*La Aurora de Chile*” desaparece. Pero, ese mismo año, se lanzan dos nuevas publicaciones: “*El Monitor Araucano*” y “*El*

*Semanario Republicano*”. El primero presentaba una tendencia oficialista, mientras que el segundo, se convirtió en un periódico de oposición al gobierno.

En el año 1814, aparece “*La Gaceta del Gobierno de Chile*”, que alcanza a publicar 173 números. Este diario más conocido como “*La Gaceta del Rey*” se caracterizó por defender los intereses del gobierno español y de sus autoridades.

El primer anuncio o aviso publicitario, que en la actualidad constituye la principal fuente de recursos económicos de la prensa escrita, aparece en la época de la Patria Vieja, en el diario “*La Aurora de Chile*”, el 7 de mayo de 1812, y pertenecía al ingeniero Enrique Ross, quien ofrecía sus servicios y maquinarias a través del periódico.

## **I.2.2. EMANCIPACIÓN Y PERIODISMO**

Con los triunfos en las batallas de Chacabuco (1817) y Maipú (1818), se consolida la Independencia de Chile, y la prensa aparece con más fuerza, posicionándose en un lugar privilegiado dentro de la vida pública nacional.

Los periódicos de la Patria Nueva nacen en los campos de batalla y se caracterizan por la convicción y el apoyo que entregan a los ideales, creencias y valores republicanos.

Durante esta nueva etapa política se publican sucesivamente, en 1817, “*La Gaceta Ministerial de Chile*”, y “*El Clamor de la Patria*”. Posteriormente salen a la venta otros periódicos, entre los cuales se destacan: “*El Argos de Chile*” (1818), “*El Telégrafo*” (1819), “*El Mercurio de Chile*” (1820), “*El Valdiviano*” (1821), “*El Correo de Arauco*” (1824) y “*El telégrafo Mercantil y Político*” (1826).

En 1827 salen a la luz pública 5 nuevos diarios de gran trascendencia en el ámbito nacional, estos son: “*El Mercurio de Valparaíso*”, “*La Clave*”, “*La Aurora*”, “*El Canalla*”, y “*El Hambriento*”.

Todos estos medios de comunicación, fundados en el periodo de la Patria Nueva, se diferencian de los diarios de la prensa colonialista por la trascendencia que alcanzaron dentro la vida social, política y cultural del pueblo chileno.

En esta fase, el periodismo se desenvuelve con mas soltura y libertad, derriba las fronteras que les imponía la monarquía europea, lo que le permite redactar las diferentes realidades y temas noticiosos que están aconteciendo en Chile y en el extranjero sin censura previa de la Corona Española.

En 1830 aparecen en el país los diarios “*El Sufragante*” y “*El Araucano*”, ambos catalogados como periódicos seriamente informativos y bien impresos. Luego, entre los años 1836 y 1840, surgen más diarios, entre los cuales podemos mencionar: “*El Republicano*”, “*El Nacional*”, “*La Aurora*”, “*Paz Perpetua a los Chilenos*”,

*“El Interprete”, “El Tamaya”* de Ovalle, *“El Alfa”* de Talca y *“El Barómetro Chileno”*.

En este periodo se publican también *“El Philopolita”, “El Farol”* y *“El Diablo Político”*, este último se caracterizó, porque a través de los textos recogía la cultura y la tradición popular de nuestro país.

Posteriormente salen a la venta los diarios *“Guerra a la Tiranía”* y *“El Valdiviano Federal”*. Ambos poseían una marcada connotación política provocada por las luchas de las campañas presidenciales entre liberales y conservadores.

A finales de 1841, los Tribunales de Justicia de Santiago publicaron el primer periódico judicial: *“La Gaceta de los Tribunales”*. En ese mismo año, en La Serena, se editaba la *“Estrella del Norte”*, el cual estaba destinado a sostener la candidatura presidencial de Manuel Bulnes.

Todos los periódicos de esa época, incluido *“El Progreso”*, fundado en el año 1942 en Santiago y, que es el primer diario con fecha fija en el país, contribuyeron a formar la vida los partidos políticos y de los gobiernos en el imaginario colectivo.

La prensa chilena durante la Patria Nueva mantuvo una íntima relación con la vida política y fue fiel reflejo de la multiplicidad de realidades a la que está expuesta la opinión pública. Pero, lo más importante y que constituye una victoria del

periodismo en nuestro país, es el gran desenvolvimiento que alcanzaron los periódicos en el desarrollo de sus labores, sobre todo porque lo hicieron bajo el amparo de la libertad de expresión.

### **I.2.3. LOS PERIÓDICOS Y EL ROMANTICISMO**

En los años siguientes, el romanticismo dio paso en Chile al trascendental movimiento literario y cultural que se extiende entre 1842 y 1866. Este movimiento intelectual originó un nuevo estilo periodístico, más conocido como periodismo literario, el cual se desarrolló con más fuerza durante los años 1842 y 1846.

En este nuevo período, la razón y la intelectualidad nacional se colmaron de romanticismo, lo que se manifestó en la prensa escrita a través de la publicación de novedosos diarios, entre los que podemos mencionar: *“La Gaceta de Comercio”*, *“El Semanario de Santiago”*, *“El Museo de Ambas Américas”*, *“El Crepúsculo”* y *“La Revista de Valparaíso”*.

La mayor parte de estos periódicos tuvieron como función propalar las nuevas ideas y tendencias literarias. Debemos reconocer además, que éstas publicaciones, fueron en su época, un verdadero tributo a la propaganda de la ideología liberal y tendían a promover reformas en los planos: social y político.

Los principales redactores del periodismo literario fueron: José Victorino Lastarria, Antonio García Reyes, Manuel Antonio Tocornal y Antonio Varas. También se destacaron en esta área los emigrantes argentinos: Domingo Faustino Sarmiento, Vicente Fidel López y Juan Bautista Alberdi.

Cuando la prensa literaria estaba en pleno apogeo, hacen su aparición a la luz pública *“El Charivari”* y *“La Linterna del Diablo”*, estos periódicos toman una nueva postura dentro de la prensa literaria, menos materialista y más comprometida con las tendencias liberales, con el fin de enfrentarse a los conservadores, quienes pretendían frenar el progreso del movimiento intelectual.

Después que los liberales ganaran la batalla espiritual y política, Juan Nepucemo Espejo y Santiago Urzúa fundan *“El Siglo”*, en el año 1844. Este periódico progresista se caracterizó por hacer una oposición al gobierno, pero sin tocar sus miembros.

En 1847, el movimiento literario se ve truncado por las luchas políticas pero, renace en 1848, con la publicación de la *“Revista de Santiago”*, la cual contribuyó a afianzar definitivamente las tendencias del romanticismo en Chile. Esta revista, de gran envergadura literaria, se convirtió en el centro del movimiento intelectual y además, en el sustento del partido liberal.

La prensa de 1849-1851 se desarrolló en medio de tortuosas luchas por el poder político. En esta parte de la historia, la influencia periodística tiene una misión muy importante, que es dirigir y orientar la opinión pública en los comicios electorales.

En este controvertido período socio-político se gestó el diario "*El Amigo del Pueblo*", creado por la Sociedad de la Igualdad, el 1° de abril de 1850. Este periódico se convirtió en un agitador social, cuyo objetivo era la revolución.

En diciembre de 1855 se funda "*El Ferrocarril*", el cual, se caracterizó por ser un organismo independiente en lo que a política se refiere.

Años más tarde, se publica "*La Época*". Este diario es fundamental dentro del periodismo chileno, con él, las noticias adquieren mayor importancia que los artículos de opinión y las editoriales, lo que produce un nuevo despertar en la vida de la prensa literaria de Chile. Renace el espíritu periodístico de creación intelectual, con lo cual el país muestra al resto del mundo que el periodismo chileno tiene vida propia.

En esta nueva etapa de la prensa escrita se publican: "*La Semana*", "*La Mariposa*", "*Correo Literario*", "*Revista Ilustrada*", "*Revista Literaria*", "*República Literaria*" y "*La Estrella de Chile*". Todos estos diarios salen a la luz pública entre 1859 y 1869.

Años más tarde, en 1872, se publica la “*Revista de Santiago*”, fundada por los escritores Fanor Velasco y Augusto Orrego Luco. En esta misma fecha aparece “*La Revista Médica de Chile*”, bajo la dirección de Phillipi, Murillo, Zorrilla y Schneider; ambas ediciones se destacaron por difundir cultura a la comunidad.

En el período revolucionario, que comienza en 1891, la prensa nacional se caracterizó por la excesiva violencia de sus artículos.

Aquí nacen nuevos valores revolucionarios y nuevos periódicos, como por ejemplo, “*La Patria*”, “*El Chileno*” y “*La Nación*”, los cuales, pese a autodenominarse diarios del pueblo, se caracterizaron por el estilo culto, refinado, conciso y claro de sus artículos. Y aunque muchas veces fueron catalogados de burlones porque se reían de la política, jamás cayeron en la difamación o en la injuria.

A fines del siglo XIX se publican los diarios “*La Ley*” y “*La Tarde*”, en los años 1894 y 1896 respectivamente. Ambos, poseían un estilo ingenioso, de gran vivacidad y creatividad en el lenguaje. Fueron importantes para la prensa nacional por su gran espíritu periodístico, el cual pocas veces fue igualado por otras publicaciones nacionales.

#### I.2.4. UN SIGLO DE VIDA

*“El siglo XX dio nacimiento en Chile a un periodismo y a una prensa de gran envergadura, hasta entonces ignorados, cuyo carácter es preponderantemente informativo y que son los verdaderos precursores de nuestra prensa y de nuestro periodismo contemporáneo”.*<sup>1</sup>

Los diarios desde 1900 hacia delante, ampliaron sus servicios noticiosos a través de la creación de nuevas secciones, que diferenciaron estas publicaciones de las del siglo anterior.

La imprenta ensancha su horizonte y las revistas alcanzan una importancia jamás imaginada, que llega a su máximo apogeo en el año 1905, cuando se funda “Zig-Zag”, la cual satisface todas las necesidades de los nuevos lectores, tanto en la parte material como en la intelectual. También salen a la luz pública otras revistas importantes como: “El Peneca”, “Don Fausto”, “Pobre Diablo”, “Ecran”, “Margarita”, “Eva”, “Rosita”, “Estadio”, “Vea”, “Atenea”, “Pro Arte”, “Vistazo”, “Qué Hay” y “Topaze”. De estas, la mayor parte son humorísticas o de actualidad noticiosa.

---

<sup>1</sup> Alfonso Valdebenito, Historia del Periodismo, Pág.70.

En esta época, también aparece la revista “*Pluma y Lápiz*”, dirigida por Marcial Cabrera Guerra, la cual tuvo una gran influencia en el mundo periodístico en todo lo relacionado con la redacción y producción de textos.

En esta nueva etapa las colonias extranjeras que estaban en el país, comenzaron a publicar sus propias revistas culturales, redactadas en sus respectivos idiomas y con impresión limitada.

En el novecientos, el auge de la prensa escrita se debe primordialmente a la expansión de la ideología del liberalismo en el mundo, y que llega a Chile en gloria y majestad, modificando el formato periodístico que se utilizaba hasta esa fecha para la elaboración de noticias. Aquí aparecen también, los grandes periódicos ilustrados, como: “*El Mercurio*”, “*El Diario Ilustrado*” y “*Las Últimas Noticias*”. Años más tarde aparecen “*La Nación*” y “*Los Tiempos*”.

“*El Mercurio*” y “*Las Últimas Noticias*” se fundaron en Santiago bajo el amparo de Agustín Edwards Mc Clure. Ambos diarios se destacaron por la calidad y ética periodística de sus redactores, quienes enriquecieron el diario con información nacional y extranjera, tratada con amplio criterio y seriedad.

En esta fase de apogeo periodístico, aparecieron los diarios vespertinos: “*La Estrella*” de Valparaíso en 1921, “*El Imparcial*” en 1926 y “*La Segunda de las*

*Últimas Noticias*” de Santiago, más conocido como “*La Segunda*”, cuya primera publicación se desarrolló diez años más tarde.

Todas estas publicaciones periodísticas realizadas a comienzo de siglo XX pertenecían a la empresa El Mercurio Sociedad Anónima.

### **I.2.5. LA PRENSA DE FIN DE MILENIO**

Gracias al capitalismo y a la economía de mercado, que en los últimos años que han entrado con fuerza en el país, se consiguió la masificación del trabajo periodístico. Muchas empresas se dedicaron a la prensa escrita, lo que dio como resultado una fuerte competencia, que se hizo notar en la creación de nuevos periódicos y en el aumento del tiraje.

La prensa contó con una gran variedad de periódicos, pero algunos desaparecieron con el pasar de los años y otros aún se mantienen vigentes. Entre las publicaciones más importantes de este siglo encontramos el diario “*La Opinión*”, fundado por el colombiano Juan Bautista Rosseti, en Santiago, y posteriormente, en Valparaíso, el cual se caracterizó por su tendencia socialista y por constituirse como órgano de expresión de las clases populares.

Además, se fundaron “*La Hora*” en 1935, órgano oficial del Partido Radical; “*El Siglo*” en 1940, propiedad del Partido Comunista; “*Última Hora*” en 1943, cuyo

verdadero nombre es “*Las Noticias de Última Hora*” y el diario “*Trabajo*”, el cual, era la voz oficial de las tendencias nazi-fascistas y, se publicó entre el 5 de abril de 1933 y el mes de mayo de 1941.

Años más tarde, en 1944, salió al mercado uno de los diarios de marcada tendencia sensacionalista en el país, se titulaba “*Las Noticias Gráficas*”. Este fue uno de los pocos periódicos denominados *prensa amarilla*.

En el año 1947, aparece “*El Mundo*” dirigido por Mario Vergara Parada. Tres años más tarde, en 1950, se publican los diarios “*La Tercera de la Hora*” y “*El Debate*”, este último se caracterizó por ser un periódico vespertino y órgano oficial de los partidos políticos de la derecha nacional.

Entre los periódicos capitalinos de la prensa moderna encontramos “*La Época*” en 1951, bajo la dirección de Luis Pacull Torchia, y que no alcanzó a durar un año en el comercio. Luego, se publicó “*El Espectador*” en 1953; “*El Clarín*” en 1954, el cual se caracterizó por su formato tabloide y las violentas campañas de publicidad, y “*P.M.*”, que significa pasado meridiano, en 1955, propiedad del grupo denominado estanquerista del Partido Agrario Laborista.

Entre las principales publicaciones regionales, debemos mencionar, “*La Mañana*” de Talca y “*El Mercurio de Antofagasta*”, publicados en 1906; “*El Correo de Valdivia*” de la ciudad del mismo nombre y “*El Diario Austral*” de

Temuco, ambos fundados en 1916. El año siguiente salió a la luz pública el periódico *“La Prensa”* de Osorno, fundado por la Sociedad Periodística del Sur, segunda cadena de diarios independientes del país, después de la empresa periodística del magnate Agustín Edwards Mc Clure.

También, se publicó el diario *“El Abecé”* de Antofagasta en 1920; *“La Patria”* de Concepción en 1923; *“La Prensa Austral”* de Punta Arenas fundado en 1941; *“El Día”* de la ciudad de La Serena en 1944; *“El Sur”* de Temuco en 1945 y *“El Debate”* de Antofagasta, que salió al mercado el año 1955.

#### **I.2.6. MONOPOLIZACIÓN DE LA PRENSA ACTUAL**

Ahora bien, dando una mirada al periodismo en nuestro país, debemos señalar que, no existe diversidad en los medios de comunicación, y en lo que se refiere a prensa escrita, la cantidad de periódicos ha disminuido considerablemente, y lo que es aún peor, la inversión en el área de la comunicación de masas se ha estancado.

En la actualidad, la prensa escrita es monopolizada por dos grandes empresas periodísticas, una de ellas es la empresa El Mercurio Sociedad Anónima, propiedad de la familia Edwards, y la otra, el Consorcio Periodístico de Chile Sociedad Anónima (COPESA).

La empresa El Mercurio S.A. es dueña de los diarios: “*El Mercurio*”, “*Las Últimas Noticias*” y del vespertino “*La Segunda*”. Por su parte Copesa es propietario de los diarios: “*La Tercera de la Hora*”, “*La Cuarta*”, del vespertino “*La Hora*” y de la revista “*Qué Pasa*”.

Existen otras publicaciones que han intentado entrar en el negocio de las comunicaciones pero, poco a poco han ido desapareciendo del mapa, pues no ha habido institución alguna capaz de competir, *codo a codo*, con las influencias y recursos periodísticos manejados por estas dos grandes corporaciones de la prensa escrita.

Algunos diarios que a la fecha han logrado sobrevivir en el competitivo campo del periodismo, dentro del Gran Santiago, y que intentan dar un *toque* de pluralismo informativo a la prensa, aunque bastante escaso, son los diarios: “*La Nación*” –de tendencia oficialista- “*El Metropolitano*” y los periódicos financieros “*El Diario*” y “*Estrategia*”.

Actualmente, la mayor diversidad se encuentra la publicación de revistas, como por ejemplo, “*Caras*”, “*Cosas*”, “*Vanidades*”, “*Paula*”, “*TV-Grama*”, “*TV y Novelas*”, “*Tú*”, “*Miss 17*” y otras. De las cuales la mayoría contienen información sobre actualidad, moda, estrellas del mundo del espectáculo y *copuchas* sobre las grandes personalidades del mundo actual. La intelectualidad, la cultura y la política

han pasado a un segundo plano en las revistas para dar paso todo lo relacionado con las secciones de sociedad y espectáculo.

Durante la segunda mitad del siglo XX, los periódicos y revistas abandonaron los partidismos, no quisieron ser identificados con ninguna postura política porque comprometerse con una tendencia determinada impide a los medios llegar a toda la población.

Y aunque hay personas que ponen en duda la influencia que ejerce el diario, hay que señalar que éste sigue manteniendo su fuerza y vigencia dentro de la sociedad. No debemos olvidar que una de las razones por la cual los periódicos son un ente importante, para la población actual, es su doble misión social como agente educador y difusor de cultura.

La prensa escrita al igual como lo hacía el siglo pasado, sigue siendo influyente para los ciudadanos, tanto en la creación como en la conducción de la opinión pública nacional. Además, hay que recordar que la profesión periodística contribuye al progreso y al perfeccionamiento espiritual y material de la sociedad.

### I.3. EVOLUCIÓN DE LA PRENSA POPULAR EN CHILE

Lo que nos congrega en el presente trabajo es el analizar el lenguaje del diario popular “La Cuarta”, pero no podemos hacer un análisis ni inferir conclusiones acerca de él, sino conocemos los orígenes de la prensa popular en nuestro país que, a través de los años, configuró este nuevo estilo de periódicos como una representación del pueblo.

En los comienzos del periodismo y de la prensa escrita no se hablaba de tradiciones y costumbres populares, tampoco de las cosas cotidianas porque se consideraban temas de *baja cultura*. Pero, los conflictos y razones socio-políticas transformaron las problemáticas del pueblo -ciudadano común- en el tema central del periodismo moderno, esto porque *lo popular* pasó a ser un elemento importante dentro del país.

Con *lo popular* se introducen en la realidad nacional nuevos sujetos y se multiplican los conflictos sociales.

### **I.3.1 EL SUJETO POPULAR**

*Lo popular* en el periodismo escrito nace por una crisis de representación del sujeto popular.

La prensa desde sus inicios -pasando por el Romanticismo hasta llegar al período de la Ilustración, caracterizado por sus grandes pensadores, escritores e intelectuales en general- sólo se había preocupado por la política y la cultura de Chile y el mundo. Lo cotidiano y el ciudadano común no tenían cabida en los periódicos de esa época.

La prensa popular propiamente tal, emerge después de 1900, y su principal objetivo es representar al sujeto popular con sus espacios y conflictos socio-políticos.

La aparición de los diarios populares ha sido explicada en Estados Unidos y en todo el viejo continente por el avance y desarrollo de nuevas tecnologías de redacción e impresión, y también, por la gran competencia que se desató en las numerosas empresas periodísticas existentes en el mundo.

El fenómeno periodístico, se introduce en Chile con las Liras Populares, las cuales se desarrollan a principios del siglo XIX, y rompen con toda la solemnidad establecida por la prensa ilustrada.

*”Las lirás populares y, más genéricamente, de toda la poesía chilena, se encuentra en los autores juglarescos españoles, creadores de poesía lírica y del romancero”.*<sup>2</sup>

En la lira popular se distinguen dos fases: La Época de Oro, que va desde la segunda mitad del siglo XIX hasta la Primera Guerra Mundial, y La Época de Decadencia, que se extiende entre el período de entreguerras hasta 1950. En la primera se abordan los temas relacionados con la religión y con lo divino, mientras que en la segunda fase el periodismo se preocupa de todo lo que tiene que ver con la humanidad: conflictos, esperanzas, temores, pobreza, política, etc.

Este florecimiento de la prensa popular es espontáneo y tiene características propias, se narran y se comentan sucesos en forma de verso, se escriben para ser leídos en público, por lo que se consideraba una especie de *periodismo sin lectores*.

Con el tiempo, las lirás populares van adquiriendo cada vez más el formato de diario sensacionalista. Los redactores comienzan a titular sus textos para que sean reconocidos por el público.

Posteriormente, en las primeras décadas del siglo XX, la ideología marxista toma la *batuta* en lo que se refiere al discurso popular en los medios de comunicación de masas, especialmente en la prensa escrita. En este periodo de lucha entre:

---

<sup>2</sup> Guillermo Sunkel, Razón y Pasión en la Prensa Popular, Pág. 78.

proletariado y burguesía nace la famosa Prensa Obrera, en ella *lo popular* se identificaba con los partidos de izquierda, con sus temáticas y conflictos laborales. La consecución de sus metas y logros se dirigía única y exclusivamente hacia la revolución social.

La prensa obrera simplificó la heterogénea y multifacética realidad del medio popular. El actor principal dentro del diario era el obrero con todo su trasfondo socio-político, el cual giraba en torno al trabajo y a la producción industrial. Aquí se hace una prefiguración de *lo popular* y de una concepción victoriosa de la política chilena pero, todo relacionado con la clase trabajadora o proletariado.

La prensa obrera se apoyaba en las concepciones marxistas y, trataba de identificar al sujeto popular, con el chileno común y corriente.

Sin embargo, fue incapaz de abarcar las múltiples y diversas realidades que se vivían en el país, porque para éste estilo de periodismo el centro del mundo y de la noticia es el proletariado, y nada más que el proletariado. Con esta limitación ideológica, hay una gran cantidad de personas y conflictos que no son representados, o bien, son reprimidos por los diarios de esta época.

Los elementos y sujetos no representados por la prensa obrera son, básicamente, los que tienen relación con la política. Hay muchos temas que están incorporados a *lo popular* pero, que no se hacen públicos a través del periodismo

escrito porque las tendencias marxistas limitan el espectro noticioso de los medios de comunicación.

Pero, no sólo los no representados son marginados por la prensa obrera, ya que existen otros sujetos, situaciones y espacios, que pertenecen a la realidad de la sociedad chilena de la época pero, que no son socialmente aceptados por sus integrantes. Estos sujeto-ciudadanos, que tienen participación en el ámbito nacional, se vuelven marginales debido a una condena ético-moral que le imponen el resto de la sociedad, porque la realidad en que ellos están inmersos la consideran desviada y creen que puede causar caos si se hace pública.

Estas personas se diferencian del resto de los integrantes de la comunidad porque sus conflictos, la mayor parte de las veces, están relacionados con la ley. Ellos viven en el límite entre lo legal e ilegal, esto porque la sociedad juzga y piensa que su particular estilo de vida puede atentar contra la moral y las buenas costumbres establecidas en la Constitución de la República.

Hoy podemos decir que *lo popular* no tiene límites fijos. *Lo popular* está compuesto por lo urbano y lo rural, no participa un sólo sector social, sino que trata de abarcar al conjunto de la comunidad en su contexto social y político. La idea del periodismo popular es identificar a todos los ciudadanos, tanto en los temas que aborda como en el lenguaje que adopta para entregar su mensaje a los ciudadanos,

esto porque su objetivo es llegar a todo el mundo y a todos los individuos, sin excepción, a través de los medios de comunicación de masas.

En la actualidad la prensa diversifica y amplía el sujeto popular, que será el centro de la noticia, y las temáticas de interés nacional para así poder representar a todos los miembros de la sociedad chilena.

### **I.3.2. LA MATRIZ DE “EL CLARÍN”**

La cultura popular por muchos años estuvo marginada de la prensa nacional por los dueños de las grandes empresas periodísticas, que no consideraban importantes los temas cotidianos de la sociedad, porque para ellos el centro de la noticia lo constituía la política y sus problemas.

Sin embargo, la política nacional sufre una crisis dentro de los medios de comunicación. La gente se preocupa cada vez menos de este ámbito hasta que queda relegado a un segundo plano, dentro del espectro de los intereses nacionales, la gente prefiere la prensa más coloquial y cercana, aunque sea considerada amarilla y escandalosa.

En este período el trabajo periodístico se va perfilando en torno a dos líneas de representación del sujeto popular y sus conflictos, que derivan de las matrices

culturales, las cuales son parte importante para la existencia de los sectores no representados de nuestro país en el periodismo.

Las matrices harían visibles determinados actores y conflictos sociales que antes eran ignorados por los lectores, pues les eran desconocidos debido a que la prensa no hablaba de ellos.

Según palabras del metodólogo Guillermo Sunkel, los diarios populares de masas han tenido dos líneas de desarrollo diferentes, una vinculada a la matriz racional-iluminista, y la otra, a la matriz simbólico-dramática. Por lo tanto, son estas matrices las que determinarían los modos de representación popular.

De acuerdo a esto, los sujetos y situaciones populares que la tradicional prensa chilena no abordaba a través de los diarios, ahora encontrarían representación en estas dos grandes vías de cultura popular.

Las matrices culturales dividen la prensa obrera en dos clases de diarios, según la forma de representación de lo que cada una de éstas entiende como *lo popular*, estos son, los diarios de izquierda y los diarios sensacionalistas.

Siguiendo a Sunkel, se plantea que la matriz racional-iluminista sería integrada a la cultura popular chilena por intermedio del movimiento popular y por el

desarrollo de los diarios de los partidos de izquierda, entre los cuales se destacan: “*El Siglo*” y “*Última Hora*”.

Estos periódicos de izquierda se caracterizan porque son diarios políticos. No debemos olvidar que “*El Siglo*” es el órgano oficial del Partido Comunista. Sus funciones son básicamente políticas, ya que representan al sujeto popular de la clase obrera ante las autoridades y el gobierno.

Por otro lado, tenemos la matriz simbólico-dramática que será integrada a la cultura popular por las vías de las comunicaciones y de los sectores empresariales. Esta matriz permite el desarrollo de la prensa sensacionalista en el país.

De acuerdo a los planteamientos de Guillermo Sunkel, se puede inferir que en los diarios sensacionalistas predominan los elementos de continuidad, ya que este tipo de periódico son masificadores de temas y de los lenguajes simbólico-dramáticos que se encuentran en la cultura popular.

El diario sensacionalista tiene como objetivo difundir las temáticas de los sectores populares para que pasen a formar parte de la cultura nacional. No sólo buscan masificar las temáticas sino también el lenguaje popular para que adquiera la forma de lenguaje patrio.

El soporte material de los diarios sensacionalistas no está en los partidos políticos sino en la empresa periodística misma. La función también difiere de la de los diarios de izquierda, puesto que no pretende representar a la clase obrera ni enfrentarla con la burguesía imperante dentro del sistema capitalista, sino que más bien, su cometido es el servicio a la comunidad.

La tradición de la lira popular chilena es recogida por este nuevo estilo periodístico, a través del lenguaje y de las temáticas. Además, incluye un cambio no sólo en el formato al papel tabloide, más fácil y sencillo de leer, sino también, en la forma de presentar su discurso a los lectores.

La redacción de estos diarios es más ágil, escandalosa y, se caracteriza principalmente por introducir el humor en las noticias.

La prensa sensacionalista pone énfasis en las informaciones sobre: cine, deportes y crónica roja, y al mismo tiempo da cabida a los gremios y a la opinión pública para expresarse. Otro elemento que ayuda a la venta de estos diarios es el color en las portadas, los titulares de *grueso calibre* y las fotografías.

Los primeros periódicos sensacionalistas de Chile son: “*La Tercera de la Hora*”, “*Puro Chile*” y “*El Clarín*”, de entre los cuales, se piensa que éste último sería el predecesor del diario popular “*La Cuarta*”.

*“Clarín se constituye en un primer momento como un diario ibañista que intentaría restablecer los fueros de la verdad e interpretar el sentir y el anhelo de las masas”.*<sup>3</sup>

Este diario cuyo lema era *“Firme junto al Pueblo”*, tenía como misión defender al pueblo y atacar al enemigo del pueblo.

*“El Clarín”* era regulado por un criterio político-cultural, sin embargo, su discurso populista impidió la identificación del diario con una ideología política clara, ya que era el sentimiento popular el que pedía, y consideraba fundamental, cambiar el sistema vigente.

El estilo periodístico de *“El Clarín”* se diferenció de los otros diarios sensacionalistas por el uso del lenguaje picaresco y bromista. Además, porque para lograr la representación del pueblo utilizó la reproducción de una multiplicidad de lenguajes populares en el discurso periodístico.

*“Una charada rebotante de gracia, a menudo escatológica, donde juega el idioma hermético de los presidios, el lenguaje popular de los mercados y las voces profesionales de los puertos del Pacífico”*<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Guillermo Sunkel, Razón y Pasión en la Prensa Popular, Pág. 107.

<sup>4</sup> Diario *“El Clarín”*, cit. 29.08.1970

De acuerdo a todas estas características, se piensa que existe una cierta similitud entre los periódicos “*El Clarín*” y “*La Cuarta*”, puesto que los dos juegan con elementos claves para la representación de los sectores populares de la sociedad.

Además, son semejantes en el estilo picaresco, y en que ambos utilizan la broma y el humor en las noticias, transformando de esta manera, las temáticas *serias* en *no serias*.

En general, se cree que cada uno de los diarios sensacionalistas tiene su propia personalidad pero, que también comparten características comunes, entre estas la más significativa es que este tipo de periodismo, más escandaloso, explora el lado humano de las situaciones sociales, con lo que se busca interpelar a la subjetividad de los lectores.

## II. MARCO TEORICO

### II.1. DE QUÉ HABLAMOS CUANDO HABLAMOS DE *LO POPULAR*

En el sentido común, el término *lo popular* tiene dos acercamientos. Uno de ellos es aquel que relaciona *lo popular* con todo aquello que tiene que ver con los sectores de estrato bajo, con sujetos inmersos en un mundo de mala educación, trabajos mal remunerados y viviendas pobres. En resumidas cuentas, aquellos que tienen escaso acceso a los bienes que otros sectores de la sociedad sí tienen.

Además de esta acepción, en nuestro vocabulario utilizamos el término *lo popular* para referirnos a lo que se vende masivamente o simplemente, a lo que tiene que ver con el gusto de las mayorías.

Sin embargo, ninguno de los dos anteriores acercamientos logra determinar con precisión la complejidad del término, tal vez porque el concepto tiene relación con ambas significaciones.

Según Guillermo Sunkel, cuando queremos entender qué es *lo popular* nos encontramos con que existe una crisis tanto sobre el concepto como sobre el sujeto popular.

La profundidad de esta crisis se expresa en interrogantes relativamente elementales que se formulan con insistencia y que no parecen tener una respuesta única. Preguntas tales como – ***“¿Qué es precisamente lo popular? ¿es el proletariado, son los pobres o son los marginales?- reflejan una falta de claridad en la identificación del sujeto popular”***.<sup>5</sup>

Cuando hablamos de *lo popular*, estamos aceptando que *lo popular* es diferente a algo. Es decir, que tiene su contrapartida. En otras palabras: que existe *lo no popular*.

*Lo popular versus lo no popular*. ¿No serán dos caras de la misma moneda? Lo que a simple vista podemos afirmar es que la una se define en la negación de la otra. Es decir, que *lo popular* tiene que ver con todo aquello no contaminado por *lo no popular*.

La ambigüedad del término puede responder a varios factores. Si bien, se puede coincidir en que lo popular no es un dato homogéneo, las diferentes teorías han condicionado el concepto a su propia intuición o voluntad política.

---

<sup>5</sup> Guillermo Sunkel,

## II.1.2. PRIMER ACERCAMIENTO A LO POPULAR: EL ROMANTICISMO Y EL CONCEPTO DE PUEBLO

Para aproximarnos a la noción de *lo popular*, debemos primero que todo, acercarnos a otro concepto. Este concepto es el de *pueblo*.

*Lo popular* está íntimamente relacionado al concepto de pueblo. En la Gran Enciclopedia Larousse, de la editorial Planeta, encontramos la palabra *popular* definida del siguiente modo: “*perteneciente o relativo al pueblo como colectividad. / Propio del pueblo, en contraposición a aquello que es culto: “Lenguaje popular”. / Muy conocido o extendido en una colectividad: “Un deporte popular”.*”

Jesús Martín Barbero explica que para comprender el sentido de *lo popular en la cultura*, es necesario comprender al movimiento romántico, que tiene directa relación con el sentido que adquiere el pueblo en la política tal y como es elaborado por la Ilustración.

El pueblo es la posibilidad de dar legitimidad al nuevo sistema político. Sin embargo, el pueblo también significa la amenaza a cualquier institución política. A este temor alude Hobbes frente a su reflexión sobre el Estado Moderno: el desorden civil que puede provocar la multitud, que como contrapartida es una invitación y tentación al totalitarismo. Es una reflexión que para Barbero es “*sin duda el*

*pensamiento-matriz a partir del cual construyen los ilustrados su filosofía política”.*<sup>6</sup>

*“A la noción política del pueblo como instancia legítimamente del Gobierno civil, como generador de la nueva soberanía, como corresponde en el ámbito de la cultura una idea radicalmente negativa de lo popular, que sintetiza para los ilustrados todo lo que estos quisieran ver superado, todo lo que viene a barrer con la razón: superstición, ignorancia, turbulencia. Contradicción que tiene su fuente en la ambigüedad que la figura misma del pueblo tiene en su acepción política. Más que sujeto de un movimiento histórico, más que un actor social, “el pueblo” designa en el discurso ilustrado aquella generalidad que es la condición de posibilidad de una verdadera sociedad”.*<sup>7</sup>

Quando se articula esta noción del pueblo, al mismo tiempo opera el mecanismo contrario, que lo excluye. Es en este movimiento, explica Barbero, que se gestan las categorías de *lo culto* y *lo popular*.

*“(…) de lo popular como in-culto, de lo popular designado, en el momento de su constitución como en concepto, un modo específico de relación con la totalidad de lo social: la de la negación, la de una identidad refleja, la de aquello*

---

<sup>6</sup> Jesús Martín Barbero, De los medios a las mediaciones, pag. 109

<sup>7</sup> Ibid.

*que está constituido no por lo que es sino por lo que le falta. Definición del pueblo por exclusión, tanto de la riqueza como del “oficio” político y la educación”.*<sup>8</sup>

En contraposición a los ilustrados, están los románticos. Los románticos realizan una exaltación revolucionaria del pueblo, puesto que como colectividad unida tiene fuerza. Además, exaltan un sentimiento nacionalista cuya matriz estaría en el pueblo. Asimismo, reaccionan contra los ilustrados por dos frentes: el político y el estético. En lo político, acusan a los ilustrados de convertir el presente en un caos, en nombre del progreso, por lo que idealizan el pasado y la irracionalidad. En síntesis, es el Romanticismo el que por primera vez le entrega un estatus a lo que viene del pueblo.

*“La posición romántica hace progresar definitivamente la idea de que existiera, más allá de la cultura oficial y hegemónica, otra cultura. La noción romántica del “pueblo”, cuya utilización conceptual hoy es refutada, fue entonces un instrumento positivo para el ensanchamiento del horizonte histórico y de la concepción humana”.*<sup>9</sup>

Los románticos, al otorgarle al pueblo el carácter del alma nacional, idealizan la cultura popular y le dan la calidad y el carácter de lo verdaderamente original. Esta originalidad es posible siempre y cuando *lo popular* sea autónomo, es decir, mientras no esté contaminado por la cultura oficial, o, lo que es lo mismo, la hegemónica.

---

<sup>8</sup> Ibid, pág. 16.

Al negar la circulación cultural, lo verdaderamente negado es el proceso histórico de formación de *lo popular* y el sentido social de las diferencias culturales: la exclusión, la complicidad, la dominación y la impugnación.

Quedando sin sentido histórico, quitándole cualquier posibilidad de transformación, a *lo popular* no le queda otra que mirar hacia atrás, quedando completamente fosilizado. Sin quererlo, los románticos terminan encontrándose con los ilustrados.

### **II.1.3. POLITIZACIÓN DEL CONCEPTO DEL PUEBLO: LA TEORÍA MARXISTA**

La idea de *pueblo* tomara un rumbo completamente disímil a lo largo del siglo XIX, hasta llegar a una disolución completa a la planteada por los románticos: en la izquierda parecerá el concepto de *clase social* y en la derecha el de la *masa*.

Si el concepto de pueblo se transforma en el de clase, debemos buscar las raíces en el debate entre marxistas y anarquistas. Mientras estos últimos conservarán algunos rasgos del romanticismo, los marxistas romperán de manera absoluta con tal concepción. Pero ambos politizarán la idea del pueblo, es decir, le darán una

---

<sup>9</sup> A. M Cirese, "Ensayos sobre las culturas subalternas", citado por Jesús Martín Barbero, pág. 18.

connotación que responde a una visión de la sociedad dividida por clases, en la que los sectores populares estarán constituidos por aquellos oprimidos por la aristocracia y burguesía.

Frente a estas dos líneas, seguiremos el camino de la teoría marxista, que para nuestro estudio, por razones que se encontrarán más adelante, será de mayor utilidad.

En la teoría marxista, lo popular dejará de ser un término ambiguo y lisa y llanamente pasará a representado por el proletariado.

*“El proletariado se define como clase exclusivamente por la contradicción antagónica que la constituye en el plano de las relaciones de producción: el trabajo frente al capital. De ahí que no pudiese hablarse de clase obrera sino en el capitalismo, ni de movimiento obrero antes de la aparición de la gran industria. La explicación de la opresión y la estrategia de la lucha se sitúan así en un solo y único plano: el económico, el de la producción”.*<sup>10</sup>

Si bien esta definición ayudaba a terminar con la ambigüedad del término, traerá de la mano un nuevo problema, tal vez, un nuevo reduccionismo de *lo popular*. Al diferenciar la cultura según las diferencias de clase, se soslayará la preocupación de los diferentes conflictos culturales reduciéndolos únicamente a aquellos ligados a la lucha de clases. Recordemos que Marx afirma que la sociedad atrasada debe ser

---

<sup>10</sup> Ibid, pág. 26.

superada y que las ideas dominantes sólo vienen de la clase dominante. Así, la especificidad de la cultura popular, aquella dominada, no es relevante y, más aún, no tiene ninguna razón para sobrevivir.

A la teoría marxista volveremos más adelante, cuando analicemos el caso de Chile y su particular manera de tratar la concepción de *lo popular*.

#### **II.1.4. LA SOCIEDAD DE MASAS**

La industrialización capitalista tendrá sus efectos. La burguesía, con su temor y asco a las turbas y al sórdido pueblo, buscó una teoría que explicara esta nueva organización de la sociedad, en que los avances tecnológicos creaban más riquezas pero también hacían las diferencias sociales más patentes.

*“La teoría sobre las nuevas relaciones de las masas con la sociedad constituirá uno de los pivotes fundamentales de la racionalización con que se recompone la hegemonía y se readecua el papel de la una burguesía que de revolucionaria pasa en ese momento a controlar y frenar cualquier revolución”.*<sup>11</sup>

La irrupción de las masas tienen que ver con los procesos de industrialización, pero sobre todo al igualitarismo social. Todo es accesible a todos, pero ¿quién ordenará en una sociedad donde todos tienen los mismos derechos? Es así como nace

---

<sup>11</sup> Ibid, pág. 32.

el poder de las *mayorías*. Frente a la posibilidad de la igualdad, se crea este nuevo fenómeno: la homogeneización cultural.

Pero esta homogeneización resulta engañosa. Si la masa permite estallar lo que hay dentro del individuo, el individuo se convierte en el motor de la historia.

De lo que estamos hablando es de una nueva sociedad: la sociedad de consumo. Por lo tanto, el cambio, más que en lo político, se desarrolla en el plano cultural. En este cambio, los medios de comunicación masiva juegan un rol primordial, pues son ellos los que permiten la comunicación entre los diferentes estratos de la sociedad.

***“Mientras el libro mantuvo y hasta reforzó durante mucho tiempo la segregación cultural entre las clases, fue el periódico el que empezó a posibilitar el flujo, y el cine y la radio los que intensificaron el encuentro”.***<sup>12</sup>

Si bien, se puede caer en la tentación de reducir esta sociedad a la cultura de consumo, cabe preguntarse ¿por qué no sólo ver lo que la masa produce, sino también consume? Es ahí donde se encuentra la posibilidad de ver por qué *lo popular* consume lo que consume y de qué manera lo consume. Se trata de ver los modos de recepción de los productos masivos en los sectores populares.

---

<sup>12</sup> Ibid, pág. 45.

### II.1.5. LA HEGEMONÍA

Con Gramsci, podemos abrir una nueva vía al proceso de dominación de la teoría marxista.

*“(…) proceso en el que una clase hegemoniza en la medida en que representa intereses que también reconocen de alguna manera como suyos las clases subalternas. Y “en la medida” significa aquí no hay hegemonía, sino que ella se hace y se deshace, se rehace permanentemente en un “proceso vivido”, hecho no sólo de fuerza, sino también de sentido, de apropiación del sentido de poder, de seducción, de complicidad”.*<sup>13</sup>

La crisis de las izquierdas llevó a dotar a las clases subalternas de un poder exagerado, en que la capacidad de resistencia y réplica hacia la cultura hegemónica, impuesta de manera vertical, sería el origen de una nueva capacidad revolucionaria.

Barbero, a través de Néstor García Canclini, lo explica de la siguiente manera:

*“Lo más grave de esta oscilación, como anota García Canclini, es que “se insistió tanto en la contraposición de la cultura subalterna y la hegemónica, y en la necesidad política de defender la independencia de la primera, que ambas fueron pensadas como exteriores entre sí”.*<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> Ibid, pág 85.

<sup>14</sup> Ibid, pág 86.

Así, el marxismo entrega a las clases subalternas lo mismo que antes otorgaban los ilustrados a las clases hegemónicas: el único poder de acción válido.

De ahí, la negación absoluta de *lo popular* en lo masivo.

Según Barbero, con Gramsci se logra superar el facilísimo maniqueo de la teoría de las clases dominadas y dominantes.

*“Si algo nos ha enseñado es a prestar atención a la trama: que no toda asunción de lo hegemónico por lo subalterno es signo de sumisión como el mero rechazo no lo es de resistencia, y que no todo lo que viene “de arriba” son valores de la clase dominante, pues hay cosas que vinieron de allá responden a otras lógicas que no son las de dominación”.*<sup>15</sup>

Con la cultura de masa, la tendencia maniquea tomará más fuerza: el negarle la posibilidad a las clases subalternas de sacar provecho de la cultura de la masificación.

*“(…) la conceptualización de lo masivo como recurso de consumo y manipulación no detiene la indeclinable vocación de los sectores populares por el sustento sobre el que se alienta ese consumo, les convenga éste o no. (...) La ciudad*

---

<sup>15</sup> Ibid, pág. 87.

*contextualizará el desarrollo de su identidad cultural puesta ya en juego a través de los medios masivos de comunicación.*<sup>16</sup>

Y continuando con J. M. Barbero:

*“(…) el mecanismo con el que las clases populares hacen frente inconsciente y eficazmente a lo masivo: la “mirada oblicua” con que leen “sacándole placer a la lectura sin que ella implique perder la identidad”.*<sup>17</sup>

Cuando nos encontramos con teorías que niegan algún tipo de poder a un sector de la sociedad, encontramos que se trata de un etnocentrismo, que niega a la clase contraria cualquier posibilidad de hacer y crear cultura.

J. M. Barbero explica a M. de Certeu, para ejemplificar cómo se puede rescatar las prácticas que se mantienen en las clases incluso con la llegada de la producción masiva.

*“Popular es el nombre para una gama de prácticas insertas en la modalidad industrial, o mejor, el “lugar” desde el que deben ser miradas para desentrañar sus prácticas. Cultura popular habla entonces no de algo extraño, sino de un resto y un estilo. Un “resto”: memoria de la experiencia sin discurso, que resiste al discurso y se deja decir sólo en el relato. Resto hecho de saberes inservibles a la*

---

<sup>16</sup> Jesús Martín Barbero,

*colonización tecnológica, que así marginados cargan simbólicamente la cotidianidad y la convierten en un espacio de una creación muda y colectiva. Y un “estilo”, esquema de operaciones, manera de caminar la ciudad, de habitar la casa, de ver la televisión, un estilo de intercambio social, de inventiva técnica y de resistencia moral”.*<sup>18</sup>

## **II.1.6. AMERICA LATINA Y LAS MASSMEDIACIÓN**

La explosión producida por la conjunción del crecimiento demográfico -con la emigración del campo a la ciudad- y la conformación de una sociedad que comienza a ser “*de masas*” obliga a los Estados de América Latina a una organización de sus estructuras económicas y política, con el propósito de convertirse en *naciones modernas*, como cualquiera nación europea. Así, se hacía necesario un organismo capaz de aunar los deseos particulares de todos los sectores de la Nación al proyecto nacional. Este organismo lo constituiría el Estado.

Los años treinta marcaron a la América Latina con la irrupción de las masas. Las ciudades se llenaron de una masa de gente proveniente del mundo rural. Sin embargo, no existió una clase que asumiera como tal la dirección de la sociedad frente al nuevo fenómeno.

---

<sup>17</sup> J.M. Barbero, “De los medios a las mediaciones”, pág 88.

<sup>18</sup> Ibid, pág 94.

*“Con la formación de las masas urbanas se produce no sólo un acrecentamiento del conjunto de las masas populares, sino la aparición de un nuevo modo existencia de lo popular”.*<sup>19</sup>

Las masas, en un comienzo marginales, comenzaron a marcar su presencia. Si bien se dispersaron en las periferias de las ciudades, pronto hicieron sentir sus demandas: sus problemas de vivienda, de transporte, el derecho a salud y a la diversión. La integración de las masas hacía inevitable *la subversión de las masas*. La sociedad no podía, ni pudo, evitar su transformación.

La implantación de los medios y la constitución de lo masivo en América Latina sucedió en dos etapas:

De los años 30 a los 50: tanto la eficacia como el sentido social de los medios hay que buscarlos, más que en el contenido ideológico de la organización industrial, en el modo de aprobación y reconocimiento que de ellos y de sí mismas a través hicieron las masas populares.

1960: se inicia otra etapa, en que la ideología se vuelve la vértebra de un discurso de masas, que tiene por función hacer soñar a los pobres los mismos sueños de los ricos.

---

<sup>19</sup> Ibid, pág 171.

Lo anterior, puede ser explicado de la siguiente manera: la primera etapa tiene que ver con el proceso de formación de la Nación y la segunda tendrá que ver con la idea del *desarrollo*. Y si bien, el desarrollo apeló a la homogeneización de esa ambigüedad política que era la masa y la búsqueda de su control, la prensa no dejó de reflejar las diferencias de culturales y políticas, al seguir el modelo liberal y su propósito de dar cabida a la expresión de la pluralidad de que está hecha la sociedad civil.

### **II.1.7. ALGUNAS CONCLUSIONES ACERCA DE *LO POPULAR***

Como señaláramos al inicio del marco teórico, cuando hablamos de *lo popular* hacemos referencia a que también existe lo no popular. Y estos dos conceptos serían contrapuestos. Pero ¿sería correcto hablar de ellos como dos términos independientes?

Como bien se pregunta Rodrigo Montoya, citado en un artículo por el Centro Peruano de Estudios Sociales: *¿tiene la cultura popular su propia matriz independiente y puede ser, por lo tanto estudiada al margen o por separado de otras culturas?*

Frente a la interrogante anterior, nuestra respuesta es negativa. *Lo popular* no puede ser separado de *lo no popular*. Ambos están inmersos en una misma cultura, aunque tengan visiones encontradas de ella. Lo que queremos proponer es que los

límites de la cultura popular no terminan donde comienzan los de la cultura dominante.

Como bien lo explica Jesús Martín Barbero, la masificación aparece como un proceso de negación histórica de *lo popular*, pero también como la existencia absoluta de una redefinición histórica de *lo popular*. *Lo popular* es hoy también lo masivo. Una vez que *lo popular* es negado, también aparece con mayor claridad.

Mientras unos la niegan, otros la idealizan. Pero es esta oposición la única que le ha quitado su verdadera identidad, aplastándola o engrandeciéndola.

*“No todo en el campo de la cultura popular se explica por esta oposición. También hay terrenos donde la cultura popular no es perceptible por oposición a la cultura hegemónica o incluso se encuentra incrustada en ella.*

*Por ejemplo, articulada a los medios, resulta obvio que no todo en la cultura popular es resistencia a la presión hegemónica de los sectores dominantes. La cultura popular no es, por tanto, necesariamente revolucionaria o exclusivamente alternativa, especialmente cuando, contextualizada por la ciudad, accede a la masificación con todas sus implicaciones”.*<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> Luis Peirano, Televisión y cultura popular, en Comunicación y Culturas Populares, pág. 280.

## II.2. LA REPRESENTACIÓN DE *LO POPULAR* EN EL CASO CHILENO

### II.2.1. LA CRISIS DE *LO POPULAR*

Guillermo Sunkel, en el texto *Razón y Pasión en la prensa popular*, realiza un análisis sobre la representación del pueblo en los diarios de masas apelando a la crisis que vive el concepto. En su opinión, existen dos importantes razones para afirmar que *lo popular* tuvo y tiene que repensarse en nuestro país tal como si se tratara de un nuevo tema.

1. La derrota política del Gobierno de la Unidad Popular, lo que trae aparejada, una crisis del discurso sobre *lo popular*.
2. El desarrollo de ciertas tendencias estructurales que se originaron durante el régimen autoritario: *“la constatación de una reducción cuantitativa del volumen de la clase obrera, y con esto, su cuestionamiento acerca de su papel de agente fundamental en un proceso de transformación social y política. En este período aparecen, además, otros sujetos sociales y políticos, que provocarán una suerte de multiplicación y dispersión de los conflictos.”*<sup>21</sup>

Su análisis se centra en el primero de estos puntos: la crisis del discurso marxista en su concepción de *lo popular*. En nuestro país, esta llega con la derrota del

---

<sup>21</sup> G. Sunkel, *Razón y Pasión de la prensa popular*, pág 29 y 30.

Gobierno de la Unidad Popular, la que, de paso, provoca una crisis de lo que históricamente se ha pensado acerca de *lo popular*.

***“(...) sugerimos que la preocupación por lo popular aparece como un “tema nuevo” debido, en gran parte, a una crisis de los discursos políticos y científicos sobre lo popular, la cual toma la forma de una crisis de representación”.***<sup>22</sup>

Como afirmaría García Canclini, siguiendo a Gramsci, se trata de una crisis de hegemonía, por lo tanto, no sólo teórica sino también política.

***“Sabemos que no basta analizar las estructuras globales de la producción y reproducción social para explicar y modificar procesos que se desarrollan con una lógica específica, en la vida cotidiana de las clases subalternas.”***<sup>23</sup>

A juicio de García Canclini, la crisis respondería a un agotamiento de las definiciones entregadas tanto por la oligarquía aristocrática como por la concepción gubernamental acerca de *lo popular*.

***“Hay una concepción biológico telúrica de lo popular, que surgió como ideología orgánica de los Estados oligárquicos (...) Define a la nación como un***

---

<sup>22</sup> G. Sunkel, *ibid*, pág. 30. Esta idea está tomada de Gramsci, para quien el rasgo que define a la crisis política es que los grupos sociales se separan de los partidos tradicionales. De ahí la noción de crisis de representación, pero que en nuestro trabajo no se relacionará tanto con la adhesión de los partidos que ha dejado de funcionar, sino más bien la crisis del discurso sobre lo popular, lo cual estará directamente relacionado como el modo, en crisis, de representación.

*conjunto de individuos unidos por los lazos naturales –el espacio geográfico, la raza- e irracionales- el amor a una misma tierra, la religión, sin tomar en cuenta las diferencias sociales entre los de cada nación. (...) Su rechazo de la historia es, en verdad, un recurso para apuntalar un período histórico particular, el que se derrumba ante la industrialización y la urbanización (...) Otra concepción sustancialista de lo nacional-popular, la estatalista (...) el Estado aparece como el lugar en que se condensaron los valores fundamentales, el orden que regula las partes de la sociedad y regula sus conflictos”.*<sup>24</sup>

Recordando lo antes analizado a la luz de Jesús Martín Barbero, podemos mencionar a modo de ejemplo de lo anterior, el período en América Latina en que la Nación necesitó homogeneizar a los diferentes sectores de la sociedad en aras de alcanzar un Estado desarrollado. Lo que en el caso chileno se denominó como el Estado de Compromiso chileno, desde 1930 hasta 1973.

*“A partir del golpe militar de 1973 se inicia un profundo cambio en la estructura de clases, sectores y relaciones sociales, cuya causa radica no sólo en el auge en el movimiento popular en las décadas de los 60’ y principios de los 70’, sino más bien y sobre todo en el agotamiento del “desarrollismo” como estrategia de desarrollo capitalista y de la burguesía industrial como fracción capaz de dirigir la sociedad. (...) El proceso de cambios que ha vivido Chile en las últimas décadas*

---

<sup>23</sup> Nestor García Canclini, ¿De qué estamos hablando cuando hablamos de lo popular?, en Comunicación y Culturas populares, pág. 21.

<sup>24</sup> Ibid, pág. 25 y 26.

*ha impactado tanto las condiciones de existencia de los diferentes grupos y clases sociales, como su forma de vinculación y participación en el sistema político. Además, los nuevos sistemas de relaciones presentes en la sociedad alteraron tanto a la globalidad de las matrices de organización social, trastocando instituciones y condiciones de existencia de grupos y clases sociales, así como las relaciones más básicas, aquel ámbito referido a los valores imperantes en los sectores sociales”.*<sup>25</sup>

Lo anterior sirve, a nuestro juicio, para reafirmar la crisis de representación de *lo popular* que, en opinión de Sunkel, es detonada con la crisis de la ideología marxista y en suma, de todos los discursos que operaban al interior de la izquierda chilena. La nueva situación histórica transformará al país de tal manera que no debe extrañarnos que también la idea de *lo popular* varíe. Esta nueva situación histórica, según Roxana Alvarado, ha provocado la siguiente consecuencia:

*“Una realidad social cada vez más heterogénea y fragmentada, que genera formas de vida diversas y atomizadas, mientras que la cultura de masas tiende a la homogeneización. Esta aparente contradicción responde a la necesidad sistémica de resolver conflictos sociales y de identidad social a través de nuevos patrones valóricos y conductuales que sustenten el proyecto capitalista. La fórmula pareciera ser por un lado, disolver lo político y lo social, y por otro, homogeneizar aquellos que no es peligroso para el sistema y que, por el contrario lo potencia.”*<sup>26</sup>

---

<sup>25</sup> Roxana Alvarado, *La prensa sensacionalista: el caso del diario La Cuarta*, pág. 39.

<sup>26</sup> Roxana Alvarado, *op.cit.* pág. 49

El nuevo proyecto capitalista debió despojar de sentido al pueblo, para quitarle ese sentido heroico que se le había impuesto. Se propuso la despolitización y la neutralización de las diferencias ideológicas. Si antes la política tenía el objetivo de responder a las necesidades de los sujetos, el capitalismo que se instauró con el nuevo régimen chileno buscó que las diferencias fueran casi absorbidas y neutralizadas por el imperio del consumo.

Para Geneviève Bollème, la despolitización se explica porque *“el concepto de pueblo se había convertido en sinónimo de sublevación, y de violencia. Así, se buscarían otros términos para hablar de él, pero sin nombrarlo, neutralizando esa capacidad exagerada que la historia le ha dado de oposición y enfrentamiento. Este sería el caso de la palabra popular”*.<sup>27</sup>

Pero ¿por qué hemos querido volver a detenernos en la teoría marxista? La razón se debe a que en el caso chileno, la asunción de las izquierdas al poder convirtió al discurso marxista como el único para comprender *lo popular*. Y que su derrota provocaría un giro que obligaría a evitar conceptos con cargas ideológicas e ideas confrontacionales.

Anteriormente, señalamos que el marxismo simplificó la realidad heterogénea y multifacética del mundo popular, por reducir el término de *lo popular* sólo a la

---

<sup>27</sup> La idea trasladar el concepto de pueblo por otros sinónimos como público, ciudadanos, etc. está desarrollada en el texto de Roxana Alvarado La prensa sensacionalista: el caso del diario La Cuarta, pág 79.

clase obrera y sus múltiples conflictos, los cuales sólo giraban en torno a los problemas del trabajo y de la producción.

*“(...) restringen las manifestaciones populares a manifestaciones directas de la lucha de clases mostrando una gran dificultad para percibir agrupamientos sociales de naturaleza no estrictamente clasista, o conflictos sociales de origen diferente al de la contradicción burguesía-clases desposeídas”.*<sup>28</sup>

Pero un elemento de suma importancia que agrega Sunkel al carácter heroico y revolucionario designado a la clase obrera por el marxismo es el que reducía la variedad de facetas del mundo popular a un espacio central: aquel que aparecía como *politizable*. Para esto, rescata las palabras de García Huidobro y Martinic.

*“Se impuso al sector popular un contenido que, en aras de sus “verdaderos intereses”, olvidaba las prácticas mismas de éste y el contenido cultural de sus demandas, sus modos de percibir y actuar en política, en definitiva, que se distanció del modo de representación que los sectores populares tenían de sí mismos.(...) Por otra parte, lo que el discurso constituyó como lo político fue lo politizable y, fundamentalmente, esto se entendió vinculado a las reivindicaciones económicas*

---

<sup>28</sup> Tulio Hernández, Usos teóricos y usos comunes: lo popular y la investigación de la comunicación, en Comunicación y Culturas Populares, pág. 60.

*en el marco de una demanda permanente ante el Estado. Se dividió la realidad popular entre lo politizable y la vida cotidiana y sus representaciones (...)*<sup>29</sup>

Para Sunkel, esto significó un *“alejamiento del modo de representación que los sectores populares tenían de sí mismos”*.<sup>30</sup> Con el discurso marxista, se negó la subjetividad de los sujetos y se substituyó el *lenguaje popular* por el *lenguaje sobre lo popular*.

El marxismo se constituyó como una ciencia por oposición al concepto de una ideología, basada en una epistemología de corte empiricista y en una teoría idealista del lenguaje.

*“Epistemología empiricista que se expresa en la metáfora de la cámara oscura: aquí la conciencia aparece como un reflejo invertido de la realidad y es esta distorsión la que se constituye como el efecto ideológico. Teoría idealista del lenguaje para la cual las palabras constituyen un mero reflejo de la conciencia (y, por lo tanto, de la realidad reflejada en la conciencia) y que descuida por completo el estudio de los usos de las palabras en situaciones históricas concretas. De aquí que surge la noción de que los discursos que circulan socialmente -en tanto reflejos*

---

<sup>29</sup> García-Huidobro y Martinic, en el texto de Sunkel, pág. 33.

<sup>30</sup> G. Sunkel, *ibid*, pág. 34.

*de una conciencia que expresa en forma invertida de la realidad- son necesariamente falsos”.*<sup>31</sup>

Y como lo explicita Nun:

*“(…) su discurso debe desalojar el discurso falso que las ideas dominantes han instalado en la cabeza de los trabajadores, y debe desalojarlo todo. El agente terapéutico pueden ser las crisis económicas... o el partido de vanguardia pero el criterio de éxito no ofrece dudas: las ideas verdaderas deben penetrar las conciencias para disolver las distorsiones que las afectan; y las nuevas palabras que esas conciencias asuman como propias darán testimonio de la misión cumplida. El proletariado será revolucionario, esto es, hablará marxismo o no será.”*<sup>32</sup>

Así, nuevamente nos encontramos que el marxismo contenía en sí mismo una paradoja: mientras pretendía la universalidad terminó convirtiéndose en una teoría exclusivista, pues, por medio de una figura discursiva específica, *lo popular auténtico*, diferenciaba a aquel sector social sin conciencia de clase, *lo popular pasivo*, es decir, aquellos sectores populares donde habían penetrado ciertos rasgos ideológicos de la burguesía.

---

<sup>31</sup> Ibid, pág. 35.

<sup>32</sup> Nun, citado por ibid, pág. 36.

*“Proponemos que la superación de los obstáculos epistemológicos de un marxismo que (...) se fue transformando en un discurso único sobre lo popular implica contraponer el universalismo a la simplicidad del discurso unitario, un principio metodológico básico: la heterogeneidad. El carácter heterogéneo de la realidad popular se ha hecho evidente a partir de la siguiente constatación: (...) el conocimiento de una realidad en la cual han emergido otros sujetos sociales y políticos significativos, los cuales han hecho visibles una diversidad de conflictos y de espacios”.*<sup>33</sup>

Estos nacientes actores que irrumpen en la escena pública para crear nuevos espacios y conflictos, no realizan la revolución esperada por los marxistas. Su espacio es el de la sociedad civil, particularmente el de la vida cotidiana.

*“(...) la forma que ha asumido la rebelión de la vida cotidiana, no se ha ajustado a los cánones clásicos de los hechos heroicos. Más bien, ésta se ha rebelado a través de pequeños actos, de la alteración de los símbolos, de la descompaginación del libreto. Los actores (...) son múltiples: el movimiento feminista, los movimientos indígenas, (...) los movimientos de los sin casa (...) son expresión de múltiples conflictos: no sólo de aquellos que se desarrollan en el campo de la producción sino también de aquellos que se desarrollan en el campo*

---

<sup>33</sup> Ibid, pág. 39.

*de la distribución, del consumo, de las prácticas institucionales, y los que afectan más directamente a la vida cotidiana”.*<sup>34</sup>

Así, nos encontramos con múltiples actores que la teoría marxista había relegado. Por esta razón, Sunkel plantea *lo popular no representado*, para aludir a los actores, conflictos y espacios socialmente aceptados pero que no son interpelados por los partidos de izquierda: la mujer (obrero, campesina, pobladora), el joven, los *sin casa*, los indigentes, etc., que indicaran una serie de conflictos no representados: las relaciones familiares, los problemas frente a la burocracia estatal, la religiosidad popular, etc.

Pero existe otro aspecto de *lo popular relegado* del discurso político, es decir, lo no aceptado socialmente, “*condenado a subsistir en los márgenes de lo social: prostitutas, homosexuales, delincuentes, drogadictos, alcohólicos.*”<sup>35</sup> Por tanto, sus espacios (prostíbulos, centros de espectáculos nocturnos, los clandestinos, las calles retiradas, las cárceles, los centros de reeducación) y sus conflictos (frente a la ley), recibirán una condena tanto ética como política.

Es importante destacar que para Sunkel los actores populares pueden ser considerados como aquellos que construyen su identidad mediante los conflictos que invariablemente los colocan como sujetos de la dominación. Pero también

---

<sup>34</sup> Ibid, pág. 39.

<sup>35</sup> Ibid, pág. 43.

entendemos que en este mismo proceso de dominación y resistencia, aflora aquella identidad que permite los sujetos populares reciclar lo que viene de la cultura dominante.

Porque como, lúcidamente, lo plantea Jesús Martín Barbero:

*“Lo que necesitamos pensar entonces es lo que la gente hace con lo que hacen de ella, la no-simetría entre los códigos del emisor y el receptor horadando permanentemente la hegemonía y dibujando la figura de su otro”.*<sup>36</sup>

Y como Carlos Monsiváis señala, frente a las contradicciones que se generan de la dinámica entre el dominio y la adaptación:

*“La manera y los métodos en que colectividades sin poder político ni representación social asimilan los ofrecimientos a su alcance, sexualizan el melodrama, derivan de un humor infame hilos satíricos, se divierten y conmueven sin modificarse ideológicamente, persisten en la rebeldía política al cabo de una impresionante campaña despolitizadora (...) vivifican a su modo su cotidianeidad y tradiciones convirtiendo las carencias en técnica identificadora (...) Las clases subalternas asumen, porque no les queda otra, una industria vulgar y pedestre y,*

---

<sup>36</sup> J.M.Barbero, De los Medios a las Mediaciones.

*ciertamente, la transforman en fatalismo, autocomplacencia y degradación, pero también en identidad regocijante y combativa”.*<sup>37</sup>

Sin embargo, a la hora de analizar el nuevo escenario chileno y la comunicación mediática, hoy se acusa a los medios de tener criterios absolutamente comerciales, que parecieran fueran los únicos que contarán a la hora de investigar a los medios de comunicación. Esta es la opinión de Munizaga:

*“Hoy en día es una verdad indiscutible que los medios industrializados no producen comunicación con una finalidad cultural, ni educativa, ni política; aunque la comunicación massmediática está presente en la realización de estas dimensiones sociales. Ellos están orientados primordialmente a producir y difundir mensajes eficaces para atraer a públicos, dado que los públicos son el verdadero producto de los medios, aquel que venden a las agencias publicitarias, aquel por medio del cual financian y obtienen ganancias”.*<sup>38</sup>

Sunkel replica:

*“Si bien este elemento determinante del soporte material de los diarios sensacionalistas es el criterio empresarial, simultáneamente este criterio aparece*

---

<sup>37</sup> Carlos Monsiváis, citado por J.M.B en Comunicación, pueblo y cultura en el tiempo de las trasnacionales, Seminario Comunicación y Culturas Populares en Latinoamérica, pág. 49.

<sup>38</sup> Giselle Munizaga, Escenas mediáticas de la democracia, en La Pantalla Delirante, pág. 13.

*“sobredeterminado” por criterios político-culturales que hacen que estos diarios no se constituyan simplemente como negocio.”<sup>39</sup>*

No es nuestra intención despejar la idea de cómo el criterio económico opera en los medios de comunicación de masas. Más bien, nos interesa encontrarnos con el modo de recepción del público en medio de esas estrategias culturales y políticas. Pero Umberto Eco nos hace su propia invitación:

*“Que más tarde dichas masas entren o no en el juego, que en realidad posean un estómago más resistente de los que sus manipuladores creen, que sean capaces de ejercitar la facultad de discriminación sobre los productos que le son ofrecidos por el consumo, que sepan resolver estímulos positivos, dirigiéndolos a usos imprevistos, mensajes emitidos con intención muy diversa es problema de distinta índole. La existencia de una categoría de operadores culturales que producen para las masas, utilizando en realidad a las masas para fines de propio lucro en lugar de ofrecerles realizaciones de experiencia crítica, es un hecho evidente. Y la operación cultural debe enjuiciarse de acuerdo con las intenciones que exterioriza y por la forma en que estructura sus mensajes. Pero, al juzgar estos fenómenos, el apocalíptico (que nos ayuda a hacerlo), debe siempre oponer la única decisión que él no acepta, la misma que Marx oponía a los teóricos de la*

---

<sup>39</sup> Sunkel, citado por R. Alvarado, pág. 53

*masa: “Si el hombre es formado por las circunstancias, las circunstancias deben volverse humanas”.<sup>40</sup>*

A lo que queremos llegar es a no olvidar la posibilidad de decodificación del sujeto popular, que puede utilizar el mensaje según sus necesidades.

*“El repertorio de bienes y mensajes ofrecidos por la cultura hegemónica condiciona las opciones de clases populares, pero éstas seleccionan y combinan materiales recibidos -en la percepción, en la memoria, en el uso- y construyen con ellos, como el bricoleur, otros sistemas que nunca son el eco automático de la oferta hegemónica”.<sup>41</sup>*

Para Giselle Munizaga, en la actualidad nos encontramos con una serie de productos massmediáticos, que se copian las fórmulas exitosas para convertirse en productos homogéneos, casi homologable a lo realizado por la producción industrializada.

Pero frente a esta estandarización de los medios, que agotan el campo de alternativas de elección para el público, existe la posibilidad de la respuesta, y de diferentes lecturas sobre el mismo producto. Como lo señala Monsiváis:

---

<sup>40</sup> Umberto Eco, Apocalípticos e integrados a la sociedad de masas, pág. 24.

<sup>41</sup> Nestor García Canclini, ¿De qué estamos hablando cuando hablamos de lo popular?, Seminario Comunicación y Culturas Populares en Latinoamérica, pág. 31.

*“Sin posibilidades económicas de desmitificar la tecnología, incorporándola masivamente a la vida cotidiana y a la enseñanza (...) sin una idea crítica de lo popular, las mayorías quedan libradas a la propuesta de los medios masivos, cuyo auge no se explica por la imbecilidad progresiva del pueblo, sino por el exterminio de las alterativas. En la sociedad de masas no se eligen opciones sino respuestas (de sumisión, de doblegamiento, de parodia, de resistencia) ante la gran alternativa de formas de diversión que unifican la apariencia social”.<sup>42</sup>*

Para quienes olvidan la capacidad de respuesta del emisor, en lo absoluto pasiva, Ana María Nethol señala:

*“En la encrucijada entre las matrices cotidianas, los comportamientos “otros” y las pragmáticas internas, se introducen las formas mediáticas desencadenando percepciones y decodificaciones variables. Estas formas se nutren de aspectos varios: la incorporación de sistemas prediscursivos, de símbolos reconocibles y asimilados, de aspectos imprevistos y novedosos, del grado de deseo gravitando en coyunturas psíquicas diversas, de identificaciones y rechazos. Este nivel es el más duro de los golpes a la mentalidad funcionalista de un lado y maniquea del otro, a la mentalidad simplista de ambos polos. Los mecanismos de decodificación que no constituyen otra cosa que una forma de resignación parecen romper con las ideas de activo/pasivo, emisor/receptor, actuante/actuado. En su*

---

<sup>42</sup> Carlos Monsiváis, La cultura en el ámbito urbano: el caso de México, Seminario Comunicación y Culturas Populares en Latinoamérica, pág 117.

*mismo momento trastocan “verdades” que se relacionan con la integrabilidad de los sujetos en esa asimetría entre producción y recepción (...)”<sup>43</sup>*

Nuevamente nos hemos encontrado con el concepto de matrices culturales, y su relevancia para comprender las interpretaciones de los sujetos. Por eso que a continuación desarrollaremos ideas con respecto a este tema antes no mencionadas.

## **II. 2. 2. MATRICES**

*“Lo masivo se ha gestado lentamente desde lo popular. Sólo un enorme estrabismo histórico, o mejor, sólo un profundo etnocentrismo de clase ha podido llevar a no ver en la cultura de masas más que un proceso de vulgarización”<sup>44</sup>.*

Como hemos apreciado anteriormente, la cultura de masas ha influido notablemente la cultura de América Latina, sobre todo aquella que tiene que ver con los medios de comunicación.

Cuando reconocemos que la cultura de masas, siguiendo a Eco, también respondió a las necesidades de su público, es decir, necesitó adaptarse para llegar a

---

<sup>43</sup> Ana María Nethol, Los desafíos de un nexo, Seminario Comunicación y Culturas Populares en Latinoamérica, pág. 109.

<sup>44</sup> Carlos Monsiváis, La cultura en el ámbito urbano: el caso de México, Seminario Comunicación y Culturas.

aquel sector antes sin acceso a la información, podemos entender que el resultado sea un *“híbrido, de sincretismo cultural”*.<sup>45</sup>

Alexandra Alvarado lo explica así:

*“(…) si una mitología funciona es porque da respuesta a interrogantes y vacíos no llenados, a una demanda colectiva latente, a miedos y esperanzas, que ni el racionalismo en el orden de los saberes, ni el progreso en el de los haberes han logrado arrancar o satisfacer. La impotencia política y el anonimato social en que se consumen la mayoría de los hombres reclama ese complemento, es decir, una ración mayor de imaginario cotidiano para poder vivir. He aquí según E. Morin la verdadera mediación, la función del medio, que cumple día a día la cultura de masa: la comunicación de lo real y lo imaginario”*<sup>46</sup>.

Guillermo Sunkel se refiere a las matrices culturales que determinan el modo de representación de *lo popular*: la matriz racional-iluminista y la matriz simbólico-dramática. Según Sunkel, esta última sería previa y quiso ser exterminada por la primera, que la consideró un vestigio de una época ya pasada. Así, se contrapondrían por ser la primera un elemento derivado, no desarrollado desde las culturas populares, sino más bien, desde ideologías políticas que le daban a la *“razón”*

---

<sup>45</sup> Alexandra Alvarado, op. cit, pág 20.

<sup>46</sup> Ibid, pág 20 y 21.

y el “*progreso*” la capacidad de superar el estado en que se encontraban los sectores populares (marxismo, anarquismo, liberalismo y radicalismo). De lo anterior deriva nuestra preocupación por la matriz simbólico-dramática, que a nuestro juicio derivará en el género melodramático.

Las matrices culturales tienen formas diferentes de representar *lo popular*, las cuales son articuladas en el discurso. Los diarios populares son vías por donde las matrices integran la cultura popular a la cultura de masas o cultura nacional.

---



---

### MATRICES

#### RACIONAL ILUMINISTA

#### SIMBÓLICO DRAMÁTICA

**Lenguaje: abstracto y conceptual**

**Lenguaje: concreto y en imágenes**

**Estética: lo serio y formal**

**Estética: lo no serio y sensacionalista**

**LO POPULAR REPRESENTADO**

**LO POPULAR NO REPRESENTADO**

**LO REPRIMIDO**

**LO REPRESENTADO**

**Actores: la clase obrera y campesina**

**Actores: mujeres jóvenes, jubilados, indigentes, inválidos, homosexuales, prostitutas, delincuentes, etc.**

**Clase obrera y campesinado.**

**Conflictos: Patrón-Obrero**

**Conflictos: Frente al Estado, a la policía, a la iglesia, etc.**

**Patrón-Campesino**

**Espacios : Lo Público y lo privado**

**Espacios: Lo privado y cotidiano**

**Temáticas: Políticas.**

**Temáticas: Populares tradicionales y de la cultura de masas.**

-----  
-----

Si bien Sunkel no responde a la inquietud que asalta sobre si esta matriz es “inherente” a la cultura popular o, por el contrario, también es “derivada” y posteriormente se injertó en la cultura popular, sí podemos señalar que ésta parece marcar más la realidad e identidad de nuestro país y de toda Latinoamérica, pues se verá reflejada en el género melodramático, que Barbero señala como *“el género que más cuajó en nuestra región”*.<sup>47</sup> De ello deducimos, su capacidad para reflejar de mejor manera a nuestros sujetos populares y el mestizaje del que están hechos.

---

<sup>47</sup> J.M.Barbero, De los medios a las mediaciones, pág. 243.

Para la matriz simbólico-dramática, el mundo se presentará en términos dicotómicos: el bien y el mal, el perdón y la condena, el paraíso y el infierno. Para Sunkel, se trata de una concepción religiosa del mundo, pero de ella derivarán las categorías “humanas”: el bueno y el malo, el rico y el pobre, el avaro y el generoso. De ahí se desprenderá un lenguaje que se caracterizará por su pobreza de conceptos pero riqueza de sus imágenes.

*“El lenguaje simbólico-dramático carece de “densidad teórica” y los conceptos son claramente secundarios a la producción de imágenes”<sup>48</sup>.*

A lo anterior, Sunkel agrega que la manifestación de la matriz simbólico-dramática se expresa no sólo en el lenguaje sino también en la estética, la cual podría responder a la estética de la imaginería barroca de la Iglesia Católica. Si bien sería un elemento “derivado”, sería determinante en la religiosidad chilena. Esta estética tiene una característica básica, cual es la dramatización de las figuras religiosas. El recurso de la sangre será una de sus herramientas principales. Pero también destaca la utilización del dorado.

*“Por una parte, entonces, el dolor, el sufrimiento y el martirio cuya dramatización se hará por medio de la sangre: por otra parte, la riqueza, el goce y*

---

<sup>48</sup> Sunkel, op. cit. pág. 49.

*el bienestar cuya dramatización se hará por medio de la exaltación del color del oro*".<sup>49</sup>

La cultura de masas incorporó esta matriz mediante *"la industria de las comunicaciones y de sectores empresariales*".<sup>50</sup>

Roxana Alvarado sugiere que donde se hace más visible el mestizaje de las distintas matrices culturales es en los géneros, los cuales deben ser entendidos como lo que pasa por el texto y no al texto.

Y como el género por excelencia de América Latina lo constituye el melodrama, queremos a continuación explicitar sus características.

*"(...) el melodrama sigue constituyendo un terreno precioso para estudiar la no contemporaneidad y los mestizajes de que estamos hechos. Porque en las plazas, en el mercado, en el melodrama está todo revuelto, las estructuras sociales con las del sentimiento, mucho de lo que somos –machistas, fatalistas, supersticiosos- y de lo que soñamos ser, el robo de identidad, la nostalgia, la rabia. En forma de tango o de telenovela, de cine mexicano o de crónica roja, el melodrama trabaja en estar tierras una veta profunda de nuestro imaginario colectivo (...) ¿De qué veta se*

---

<sup>49</sup> Sunkel, *ibid.* pág. 50.

<sup>50</sup> *Ibid.*, pág. 55.

*trata? De aquella en que se hace visible la matriz cultural que alimenta el reconocimiento popular en la cultura de masa”.*<sup>51</sup>

Este mundo dicotómico que se nos plantea permite reconocer con mayor claridad las identidades, pues si bien el bueno puede luego ser el malo, el lector tendrá la posibilidad de tomar rápidamente partido por uno o por otro, sin comprometerse efectivamente con uno, mediante la imagen que presenta las descripciones de los personajes.

Los personajes o protagonistas de la noticia son desplegados en una estructura dramática, donde la función narrativa es de tal importancia que la calidad de comunicación que logra nada tiene que ver con la cantidad de información que aporta.

Para Roxana Alvarado, este mecanismo en que se fusiona la realidad con la fantasía permite al pueblo *“la sensación de estar leyendo el relato de su propia vida, donde el reconocimiento entre relato y vida se dispara conectando al lector con la trama hasta alimentarla con su propia vida”.*<sup>52</sup>

---

<sup>51</sup> Barbero, op. cit. pág. 243.

<sup>52</sup> Alvarado, op. cit. pág 23.

Y en cuanto al tipo y uso del lenguaje, ella agrega:

*“Se extienden las malas palabras, injurias y blasfemias, las que se revelan condensadoras de las imágenes de la vida material y corporal que liberan lo grotesco y lo cómico, los dos ejes expresivos de la cultura popular. La risa en el melodrama también es central, no en cuanto gesto expresivo de la diversión sino en cuanto oposición y desafío a la seriedad del mundo oficial. La risa, según Benjamin, es una victoria sobre el miedo ya que nace justamente de tornar risible, ridículo todo lo que da miedo, especialmente lo sagrado -el poder, la moral, etc.- que es donde procede la censura más fuerte: la interior”<sup>53</sup>*

En el documento de trabajo de la Universidad Arcis, *Risa y Cultura en Chile*, de Maximiliano Salinas, encontramos una clara exposición sobre cómo ha operado en nuestro país la risa: ella, que es uno de los elementos de la cultura popular, ha sido combatida desde la irrupción del Occidente. Según la visión trágica de La Araucana, el lenguaje *enfático, declamatorio y pedantesco* de los escritores eclesiásticos y autoridades políticas, la seriedad impuesta por los conservadores y los liberales, con personajes como José Joaquín Mora y su lenguaje censorador de la cultura popular, *“el lenguaje escrito pasó a ser un muro de contención del humorismo oral popular en Chile”<sup>54</sup>*, que, sin embargo, continuó irrumpiendo para desarmar el lenguaje de la modernidad.

---

<sup>53</sup> Ibid, pág 24.

<sup>54</sup> Maximo Salinas, Documento de Trabajo “La risa y la seriedad en Chile”, Universidad Arcis, pág 27.

*“La risa es finalmente la celebración de la vida, tan desvalorada por la problemática invención occidental de Chile. Es el goce de la vida, con la libertad, la inocencia, el amor y la humildad del pueblo. Es el tony que vence al payaso de la razón (...)”<sup>55</sup>*

Carlos Monsiváis introdujo el concepto de *lo popular* en la ciudad con el propósito de preocuparse de aquella cultura popular urbana, a la que muchas veces se trata de adular con virtudes que *impensables en los ricos* con el objetivo de reemplazar su falta de recursos. Dentro de las manifestaciones de la cultura popular urbana está la falta de lectura, de *“quien sólo es capaz de leer sino se siente leyendo”<sup>56</sup>*, y que por lo general, sólo lee prensa deportiva, publicaciones amarillistas e historietas. Otra manifestación es la devoción al fútbol, y la nota roja, que, a su juicio, se convierte en los lugares de *“encuentro comunitario”*.

*“Gracias al deporte y a las páginas policiales, el individuo se añade a una colectividad a través de catarsis elementales, la estética del shock (morbo teatralizado o genuino), la transferencia de la lealtad a un equipo de fútbol, etcétera”<sup>57</sup>.*

La melodramatización de la cultura popular se convierte en la herramienta más preciosa para escapar de cualquier intento de homogeneización de la industria

---

<sup>55</sup> Ibid. pág 20.

<sup>56</sup> Monsiváis, pág 118.

<sup>57</sup> Ibid, pág 119.

cultural. En esta apertura al mundo popular, no se puede dejar de lado la lógica mercantil, y su estratagema ideológica, pero que también indica los modos de presencia del pueblo en la masa.

Al respecto, Barbero sintetiza así la pregunta que articula el trabajo de Sunkel:

*“¿cuánto de lo que constituyen o hace parte de la vida de las clases populares, y que es rechazado del discurso de la Cultura, de la educación y la política, viene a encontrar expresión en la cultura de masa, en la industria cultural?”<sup>58</sup>*

Lo anterior explica la importancia de no hacer una simple lectura externa en que entendamos a la industria cultural simple y llanamente como un proceso de dominación, sino el re-conocer la decodificación de los productos simbólicos que son reconocidos como propios, aunque sean producidos por otros.

*“Una expresión deformada, funcionalizada, pero capaz sin embargo de activar memoria y de ponerla en complicidad con el imaginario de masa. Lo que activa esa memoria no es el orden de contenido ni siquiera los códigos, es el orden de las matrices culturales”<sup>59</sup>.*

---

<sup>58</sup> G. Sunkel, Las matrices culturales y la representación de lo popular en los diarios populares de masas, citado por Barbero, pág.250.

<sup>59</sup> Ibid, pág. 250.

El estudio de los géneros permite replantear la concepción misma que ha tenido la comunicación, pues como lo indica Barbero: *“su funcionamiento nos coloca ante el hecho de que la competencia textual, narrativa, no se halla presente, no es condición únicamente de la emisión, sino también de la recepción”*.<sup>60</sup>

### **II.2.3 LENGUA POPULAR: LA CREATIVIDAD DEL CHILENO**

Cuando nos acercamos al fenómeno de la recepción, y comprendemos, como afirma Barbero, que la comunicación no sólo funciona gracias al emisor, sino también al receptor, podemos entender la cultura como un proceso dinámico, que tiene que ver con los modos de relacionarse de los hombres consigo mismos, con los otros y con el mundo natural.

Sin embargo, tendemos a pensar en la cultura como una realidad absoluta y no la evaluamos a la luz de nuestras propias experiencias. Si bien la cultura es la capacidad creadora del hombre, tendemos a quitarle dicha capacidad, inclinándonos a diluirla en las experiencias del pasado.

Cuando anteriormente hemos hablado de aquella cultura culta que intenta enseñar sus costumbres a la otra cultura (ver Capítulo II.1), ahora podemos agregar una importante consecuencia de este hecho: mientras dicha cultura cree tener clara su identidad al dictar sobre el marco de referencia desde donde los sujetos deben actuar,

---

<sup>60</sup> Barbero, op. cit. pág 242.

los otros grupos subordinados se ven más afectados frente al problema de su identidad.

La cultura popular de Chile es un ejemplo más de lo anterior. Con la irrupción de Occidente en el siglo XVI, nuestro país debió enfrentarse a una cultura que quiso imponer la suya desde sus propios cánones. Si bien, no tratamos de afirmar que la cultura popular no recibió parte de esta cultura, ni tampoco que se trate de que esta sea una cultura virgen sino más bien hablamos de una cultura hegemónica que de diversas maneras buscó imponer lo que consideraba era lo correcto.

Según Maximiliano Salinas, la seriedad del acto heroico de la civilización occidental buscó la manera de construir una identidad basada en una visión trágica de la realidad. La conquista era un acto de dominación, por lo que necesitaba ser una empresa fatídica y austera. Así, la historia de nuestro país se volvió una constante búsqueda por la civilización, que pasaba por terminar aquellas costumbres contrarias a ella, las cuales eran, entre otras, el espíritu burlesco y cómico del pueblo chileno. Como antes fue explicado en la matriz simbólico-dramática, es difícil determinar hasta qué punto estos elementos de la cultura popular son “inherentes” o “derivados”, pero que sí se desarrollaron y extendieron en los sectores populares, mientras que fue repelido por aquella “otra” cultura que se encontraba también en proceso de formación (no queremos dar a entender que existen dos culturas, sino dos maneras de entender esa misma cultura, una llamada culta que dio el nombre a la otra, a la que no aceptada, de vulgar).

Conforme avanzaron los años, surgieron los ideales conservadores y liberales. Los conservadores, que aparecieron allá por los años 1820, pretendieron introducir la mesura en la cultura y el lenguaje de elite, que impedía ser gracioso y original, mientras que la cultura popular que se había desarrollado en los siglos anteriores, con su literatura oral, afectiva y cómica, pasó a ser algo inaceptable e hiriente para a cultura de la elite. Estos hombres de bien debían ser lo suficientemente prudentes como para no reír. Incluso su rostro debía connotar casi una gravedad inquebrantable .

La cultura de la elite liberal, por su parte, fue seria, y su único humor lo constituyó uno negro o sarcástico, como arma empleada en contra de su adversario cultural. Para citar un ejemplo, señalemos al periódico ‘El Charivari’, que en 1867 quiso distinguir su humor intelectual del de la *insulsa chacota en los corillos de ociosos y gentes desocupadas*.

Sin embargo, aquella otra cultura continuó buscando espacios y rompiendo muros y el chileno tomó fama, incluso internacionalmente, de ser un cómico por excelencia. Como lo definió Julio Barrenechea: *El chileno sísmico, divirtiéndose frente a la inminencia de la catástrofe, es el fiel representante de la antiausteridad. Antes que apretarse el cinturón, prefiere andar con los pantalones abajo..., todo chileno tiene su tony adentro. Los más insospechados, los más severos,..., descubren extrañas habilidades para hacer reír.*

*“La cultura popular extrajo su comicidad de la vitalidad elemental del mundo. Más que desde la razón crítica, fue desde esta fuerza natural que la cultura cómica del pueblo relativizó de forma sutil o restallantes el canon de la elite (...)”<sup>61</sup>*

Es así como el elemento cómico y el elemento trágico marcan la fisonomía de nuestra cultura. Nuestro pueblo chileno, tocado por diferentes culturas, se ha convertido en un *“complejo mosaico en que se han incorporado, sobre una base indígena araucana, con menor o mayor fuerza, rasgos de la tradición quechua y de la cultura hispánica”*.<sup>62</sup>

Oreste Plath es un destacado investigador del folclore chileno. En sus libros, recopila y desentraña mitos, refranes, dichos, cuentos, trabalenguas y similares, muchos de los cuales son sólo recogidos por la tradición oral. En sus páginas, nos encontramos nuevamente con esta búsqueda por parte de los sujetos populares de constituir su identidad propia: juegan y retuercen el sentido, el ritmo y la forma de ordenar las palabras.

En la recopilación Folclore Chileno encontramos una serie de tradiciones cuyo principal común denominador se encuentra en la ingeniosidad y picardía del sujeto creador.

---

<sup>61</sup> Maximiliano Salinas, Documento de trabajo “La risa y la seriedad: la invención occidental de Chile, Universida Arcis, pág 28. Las ideas anteriores también pertenecen a dicha investigación.

<sup>62</sup> Oreste Plath, Folclor chileno, pág 5, Editorial Grijalbo.

Uno de sus tantos ejemplos, es el caso de los *Sobrenombres*, que faculta al pueblo chileno para “*proyectar apodos, apelativos, sobrenombres, epítetos, motes, alias y remoquetes (...) nacen de una virtud, de una cualidad o se derivan de una acción.*”<sup>63</sup>

Algunos ejemplos de *sobrenombres* son:

<i>Mecha de clavo o mechas bravas</i>	(Cabello hirsuto)
<i>Pan de anís</i>	(Pecoso)
<i>Ametralladora</i>	(Tartamudo)
<i>Cara de cueca</i>	(Cara alegre)
<i>Cara de puñete</i>	(Expresión dura)

También figuran aquellos que nacen de una acción:

*“En el colegio, un niño era conocido por ‘Pan añejo’, porque se le había descubierto su gusto por el pan de un día para otro (...)*”<sup>64</sup>

Si bien el lenguaje crea estas expresiones, el término lengua se acerca más para explicar lo anterior. Según Alexis Márquez Rodríguez, este término está contenido en el primero, y suele estar relacionado con la forma particular de lenguaje

---

<sup>63</sup> Ibid, pág 275.

<sup>64</sup> Ibid, pág 275.

propia de una comunidad nacional. La lengua es cultura y a su vez, permite crear más cultura.

*“(....) la literatura, algunas manifestaciones del folclore, el periodismo, son, entre otras ‘formas culturales creadas a partir de la lengua’”<sup>65</sup>*

Otro concepto de suma importancia es el de habla, que constituye la manera peculiar como un pueblo determinado, regional o localmente, emplea su lengua nacional. Es la *‘lengua aplicada’*.

*“Esta, en el uso diario que de ella hace el pueblo que la habla, adopta características específicas, típicas, capaces de definir al pueblo hablante. Comprende un conjunto de elementos, como formas peculiares de entonación y acento, léxico particularísimo (vocablos regionales y locales, acepciones específicas de vocablos de uso general), giros idiomáticos típicos, formas particulares, etc. Conviene advertir que el ‘habla’ no es exclusivamente la lengua oral aplicada. Podría hablarse también de un habla escrita, equivalente al habla oral.”<sup>66</sup>*

A lo anterior, el autor añade que gran parte de lo que se escribe diariamente en una sociedad refleja el habla cotidiana, incluyendo materiales periodísticos.

---

<sup>65</sup> Alexis Márquez Rodríguez, La comunicación Impresa, Ediciones Centauro, 1976, pág 35.

<sup>66</sup> Ibid, pág 36.

Sin embargo, la complejidad del término nos lleva a nuevas distinciones sobre otros conceptos relacionados con el *habla*. Entre ellos se encuentran el dialecto, la jerga, la lengua o habla vulgar, la lengua o habla coloquial y la lengua o habla popular.

**Dialecto**: Suele definirse como una modalidad adoptada por una lengua en cierto territorio más o menos delimitado, producto de la fragmentación o desarrollo de una unidad lingüística mayor, y a veces punto intermedio o de paso hacia la integración de una nueva unidad idiomática. Surge de la fragmentación o desarrollo local de una lengua y puede convertirse en una lengua.

**Jerga**: Fenómeno menos estable que los anteriores. Podría decirse que una de sus características es, precisamente, su inestabilidad. Se define como la lengua especial de un grupo social determinado, cuyos integrantes realizan una actividad común: profesionales, hampones, deportista, estudiantes, etc.

**Lengua o habla vulgar**: suele oponerse a la lengua o habla culta. Es la deformación de la lengua, por su léxico, sintaxis o fonética, por ignorancia de los mecanismos y principios propios de esa lengua. Hay que distinguir el ‘vulgarismo’ lingüístico de la ‘idiosincrasia popular’, que constituyen aquellas transformaciones que influyen poderosamente en los hábitos lingüísticos de ese pueblo y que son producto de características psicológicas, etnológicas, sociológicas y económicas del pueblo hablante.

**Lengua o habla coloquial:** Es el habla natural y espontánea de la conversación, tan variada, móvil, rica, tan afectiva, tan compenetrada con nuestra vida a cada instante. Es el habla de todos los días, que usamos en la casa, en el trabajo, al margen de actividades de cierto tipo que exigen una lengua más técnica, en la calle, con los amigos, con el chofer de la micro, el verdulero, etc. Se nutre de las anteriores, pues no existe una lengua o habla coloquial perfectamente uniforme y estratificada.

**Lengua o habla popular:** es un concepto complejo y sumamente elusivo. Se podría definir como una especie de síntesis de todo lo anterior. Paradójicamente la *lengua popular* no es algo que se habla en determinado lugar, por determinadas personas o en determinado momento. En cierto modo, resume los anteriores conceptos antes señalados. Hasta cabría decir que *lengua popular* y habla son dos términos muy próximos. Puede emplear recurso de los anteriores, incluso puede ser en un momento lengua culta y en otro ser inculta o vulgar. Pues la lengua popular no puede dividirse de manera absoluta de la lengua culta, donde a veces penetra y viceversa. Es decir, lo antes mencionado para la cultura popular y la no popular o culta, en el Capítulo II.1 (al respecto, puede remitirse especialmente al II.1....), también puede aplicarse a este difícil término.

### II.3.1 SOMOS EN EL LENGUAJE

Cuando nos introducimos al concepto del lenguaje, del lenguaje, podemos encontrar vías para dar con difícil concepto. Teorías que pueden ser opuestas pero que sin embargo, pueden llegar a complementarse. Intentaremos abordar este concepto con el objetivo de descubrir si con y en el lenguaje, el sujeto popular se encuentra con su matriz cultural. A continuación exploraremos los postulados de Rafael Echeverría.

*“Lo social para los seres humanos, se constituye en el lenguaje. Todo fenómeno social es siempre un fenómeno lingüístico”<sup>67</sup>.*

De este modo define la tesis central de su libro, *“Ontología del lenguaje”*, Rafael Echeverría. Esta nueva perspectiva frente al lenguaje echa por tierra todas las concepciones tradicionales respecto de este fenómeno y abre un nuevo campo de posibilidades para el estudio de diarios, revistas, programas de televisión y toda expresión que tenga su base en el uso del lenguaje.

Al afirmar que todo fenómeno social es siempre un fenómeno lingüístico, Echeverría devela un velo que durante años ha ensombrecido el estudio de las ciencias sociales y de todo aquello que se relacione con ellas. Al trasladar el foco de atención desde el ser hasta el devenir Echeverría permite realizar estudios comunicacionales con un mayor grado de profundidad y de comprensión frente a los

fenómenos sociales, los cuales, van a ser comprendidos tanto en su materialidad como en su esencia como fenómenos lingüísticos.

*“Postulamos que la ‘Ontología del Lenguaje’ nos ofrece una poderosa herramienta para lidiar con uno de los rasgos más sobresalientes de nuestro tiempo: la crisis de sentido(de la vida) a la que hoy nos enfrentamos. Vivimos en un mundo postmoderno, un mundo caracterizado por el agotamiento progresivo del poder de las metanarrativas, de esos discursos sociales primordiales del pasado, a partir de los cuales conferimos un sentido a nuestras vidas.”<sup>68</sup>*

La aceptación y comprensión de que nos movemos en un universo postmoderno nos permite entender la necesidad de cambiar nuestros paradigmas, por lo tanto, como comunicadores, debemos alejarnos de los paradigmas tradicionales y tomar aquellos que se adapten al mundo postmoderno y nos aporten las claves para comprenderlo.

Cuando afirmamos que es necesario provocar una ruptura respecto de las concepciones tradicionales de lenguaje y comunicación, nos referimos específicamente aquellas que se instalan en la deriva metafísica.

---

<sup>67</sup> Rafael Echeverría, “Ontología del Lenguaje”, pg.17 Dolmen Ediciones, 1996

<sup>68</sup> Ob. Citada pg. 63

Sin embargo, de estos enfoques más tradicionales conservaremos los términos de emisor y receptor, claro está que no en la perspectiva de Shanon y Weaver sino en la del constructivismo radical de Paul Watzlawick.

Es necesario tener claro que el lenguaje no es un instrumento que utiliza el hombre para comunicarse, sino que el hombre se constituye a partir de él. Durante siglos hemos albergado en nuestras mentes y, por lo tanto, en el imaginario cultural, la idea de que el hombre se vale del lenguaje para comunicar sus ideas, pensamientos, sentimientos.

Esta manera de comprender el lenguaje nos lleva a atribuirle una función meramente descriptiva, es decir, el lenguaje describe la realidad en la que estamos y, por ende, esta la antecede.

Gracias al cambio de paradigma que se ha producido en los últimos años, actualmente, estamos en condiciones de entender que el lenguaje antecede a la realidad y que, por lo tanto, la genera.

De ahí, que se pueda afirmar que lo social para los seres humanos se constituye en el lenguaje.

Sin embargo, cabe constatar que la concepción anquilosada frente al lenguaje ha sido profundamente fructífera y ha entorpecido la investigación, ya que se le

considera como un elemento aparte del fenómeno de la expresión y no como generador de esta.

Actualmente, gracias a los cambios de paradigma, se entiende que el lenguaje es uno y que, lo que es distinto, son las realidades que se generan a partir de él.

Todo esto se produce gracias al redescubrimiento que se ha generado de los filósofos presocráticos y de los sofistas, entre los que destaca Protágoras, quien afirmó que **EL HOMBRE ES LA MEDIDA DE TODAS LAS COSAS**, por lo tanto, cada uno de nosotros va a crear mundos distintos, realidades distintas, a partir del lenguaje, que es el que nos y las constituye. Ya no se trata de hablar de lenguajes distintos sino de realidades distintas, articuladas todas o, más bien, generadas a partir del lenguaje.

No se puede hablar, a estas alturas, de un lenguaje vulgar, culto o periodístico sino de realidades y de mundos diferentes contruidos a partir del lenguaje, en cuanto a esencia y no a instrumento.

Un ejemplo claro de la confusión de la que hemos sido víctimas es la idea de que existe un lenguaje periodístico y un lenguaje literario. Cuando se hace esta afirmación no se toma en cuenta el hecho de que escritor y periodista utilizan el mismo lenguaje, ya que este es uno sólo, lo que varía es la realidad que construyen ambas. El periodista no da cuenta de una realidad mimética como es el caso del

literato, el mundo del que da cuenta el periodista forma parte de un devenir y no de un universo mimético.

Según Rafael Echeverría todas las concepciones anquilosadas de las que hemos estado hablando se generan en el siglo 700 A.C. en Grecia con la invención del alfabeto, el cual se constituyó como una nueva forma de comunicación.

La invención del alfabeto constituyó un cambio fundamental en el mundo y generó la concepción del hombre y la mujer occidental. Este cambio se hizo presente en todos los ámbitos de la vida humana, educación, sabiduría y convivencia.

*“Surgieron nuevas prácticas sociales. Los poetas se vieron pronto obligados a ceder a los filósofos la educación de los jóvenes. Se inventó la democracia. No obstante, los cambios quizás más importantes tuvieron lugar en un área menos visible: en la transformación de nuestras categorías mentales, en la manera en que los seres humanos piensan sobre ellos mismos y sobre el mundo”.*<sup>69</sup>

Cabe señalar que cobró vital importancia el cambio que se generó en la educación ya que es precisamente a través de la observación de esta transformación que podremos acercarnos al cambio que se produjo en las categorías *mentales* como las denomina Echeverría, ya que de la educación centrada en el devenir se pasó a la

---

<sup>69</sup> Rafael Echeverría. “Ontología del Lenguaje”, Pg20 Ediciones Dolmen, 1996

educación centrada en el ser, del mismo modo en que nuestra manera de concebir el mundo cambió de la primera a la segunda categoría.

En la antigua Grecia la educación de los jóvenes estaba a cargo de los poetas quienes relataban historias a sus estudiantes, decir, la educación se realizaba estrictamente en el plano de las acciones, que no es otro que el del devenir.

Si se le quería enseñar a un niño lo que era la sabiduría o el valor se le relataba la historia de Ulises o de Aquiles, de este modo al estudiante le quedaban claro ambos conceptos en función de las acciones realizadas por los héroes griegos, no era necesario preguntarse qué era la sabiduría o que era el valor, bastaba con remitirse a las hazañas de los protagonistas de La Odisea y La Ilíada, respectivamente.

Esta forma de enseñar basada en el devenir y no en el ser prevaleció durante años en Grecia hasta la invención del alfabeto.

Los griegos estaban convencidos que el lenguaje tenía un poder generativo, que era capaz de producir acciones. Una vez inventado el alfabeto se produjo en el mundo griego un giro en 360 grados.

*“El alfabeto separó al orador, el lenguaje y la acción. Este fue un cambio de gran envergadura. Una vez que un texto estaba escrito, parecía hablar por sí mismo y, para escucharlo el orador dejaba de ser necesario”<sup>70</sup>*

Si antes se hablaba y se entendía la sabiduría y el valor en función de acciones, ahora ambos valores eran comprendidos como ideas. Se había pasado del lenguaje del devenir al lenguaje del ser.

Al producirse esta transformación, Aquiles era tan sólo una ilustración del valor y sus acciones servían para ejemplificar una idea. Es decir, el punto de atención se había trasladado al ¿Qué?.

*“Con el interés por la pregunta ‘¿qué es?’ el énfasis se pone no en las acciones sino en el ‘ser’ de las cosas. Con ello se abandona el ‘lenguaje del devenir’ del pasado y se transita hacia una nueva forma de lenguaje: “el lenguaje del ser”.<sup>71</sup>*

Con el cambio de un lenguaje a otro se abrió la puerta para el desarrollo de todo aquello que tuviese que ver con la reflexión, despertándose de este modo el pensamiento que regiría al mundo por más de dos mil años: el pensamiento racional.

---

<sup>70</sup> Rafael Echeverría, “Ontología del Lenguaje”, pg 20, Ediciones Dolmen 1996.

<sup>71</sup> Ob Citada,pg 21.

La razón se transformó en el centro de todo y cualquier construcción mental que se hiciera debería hacerse en función de la razón, nada que escapara a ella tenía sentido. El hombre se puso por entero al servicio de la razón, transformándola en la rectora de su existencia.

Este nuevo *Dios* sentó las bases para el surgimiento de la filosofía, la lógica y más tarde, el pensamiento científico.

Sin embargo, este cambio no fue inmediato. Entre la invención del alfabeto y el triunfo de la razón tuvo lugar un período de transición, en el que ambos lenguajes el del ser y el del devenir convivieron en forma paralela.

No fue sino hasta la aparición de filósofos como Platón y Aristóteles que la perspectiva fundada en el ser y en la razón se consolidó transformándose en la visión social predominante. Este período histórico es denominado por Echeverría como *La Deriva Metafísica*.

Esta percepción del mundo fue predominante durante la Antigüedad. La Edad Media y los llamados Tiempos Modernos.

Este pensamiento se consolidó en el impulso que le dio al hombre convirtiéndolo en un ente capaz de superar todas las dificultades que tenía por delante, ya que le entregaba la posibilidad de cambiar el mundo. Sin embargo, a pesar

del enorme avance que significó esta corriente para humanidad, rebajó de *status* a las acciones subestimando su poder y, concentrando todo en el pensar.

*“La distinción entre la teoría y la práctica estaba consumada. El pensamiento era, dijimos, único, y no podía ser comparado con ninguna otra cosa. Las acciones cotidianas eran tratadas de manera subordinada, particularmente cuando no eran conducidas por el pensamiento. Llegamos a olvidar que el pensamiento mismo es una acción”<sup>72</sup>*

Esta *revolución histórica* como la denomina Echeverría produjo un cambio en la concepción del hombre. Gracias al cambio del lenguaje del devenir al lenguaje del ser, el hombre comenzó a entenderse como un ser racional, ya que se asimiló lo racional como la característica fundamental del ser humano, es decir, era la razón lo que diferenciaba al hombre del resto de las especies, el hombre era tal gracias a la razón y al pensamiento. Por lo tanto, era en la mente del hombre, en su pensamiento donde debía buscarse la esencia de este, su alma.

Ahora bien, esta nueva concepción llevó a la búsqueda del ser de las cosas y de nosotros mismos, sin embargo este ser era siempre algo inmutable y único que permanecía intacto durante el transcurso del tiempo. La idea del ser inmutable había surgido y comenzó a apoderarse de todo.

---

<sup>72</sup> Ob. Citada pg. 22

***“Supusimos que el ser era lo no contingente, lo que eludía el devenir histórico, lo que siempre permanecía igual”<sup>73</sup>***

Gracias al predominio de la razón el hombre se sintió poderoso ya que si el pensamiento le abría la clave para conocerse a sí mismo era capaz de conocerlo todo y por lo tanto de controlarlo todo. Se había convertido en una especie de Dios. Ante cualquier desafío que se le presentase el hombre podía salir airoso de él si encontraba la respuesta para este, la cual era siempre una sola.

Esta concepción única de la verdad facilitaba las cosas para el hombre, ya que utilizando la razón podría llegar a encontrar una respuesta, la cual era admitida como válida sin pensar en la posibilidad de que pudiesen existir otras tan respetables como aquella.

Esta conducta devino en un pensamiento lineal, dado por la construcción a su vez lineal del alfabeto. El lenguaje del ser volvió rígidas todas las estructuras y se produjo una minimización de la importancia del lenguaje.

***“El lenguaje jugaba un papel pequeño o nulo en la constitución de nosotros mismos y del mundo. Sólo nos permitía describir como son las cosas, su ser. Supusimos, por lo tanto, que el ser precedía al lenguaje”<sup>74</sup>***

---

<sup>73</sup> Ob. Citada pg 22

<sup>74</sup> Ob Citada pg.23

Es precisamente esta idea de que el ser precede al lenguaje la que produjo toda una óptica esquemática y rígida frente al fenómeno del mismo, despojándolo de su carácter social y generativo.

De ahí, que durante siglos se quisiese estudiar este en función de reglas casi matemáticas que obligaban a dividirlo de acuerdo al carácter instrumental que se le había asignado.

Cabe señalar, tal como se dijo anteriormente, que los estudios más famosos respecto del lenguaje se originan en la época moderna, la cual se encuentra determinada por el pensamiento del filósofo y matemático francés René Descartes, quien construyó la base de sus postulados en la misma línea de la metafísica griega.

Sin embargo, el pensamiento de Descartes se vio reforzado en su linealidad por la invención de la imprenta la cual, acentuó los cambios que se habían generado siglos atrás con la invención del alfabeto.

*“La filosofía de Descartes es una expresión histórica del impulso dado al alfabetismo- desarrollado originariamente con el advenimiento del alfabeto- por medio de la invención de otro cambio de suma importancia en el modo de comunicarnos: la prensa escrita o imprenta. Con la prensa escrita, la separación*

*inicial entre el orador, el lenguaje y la acción que había producido la invención del alfabeto, se profundiza y extiende a todos los niveles de la sociedad”<sup>75</sup>*

Las ideas expuestas por Echeverría se desarrollaron con fuerza durante los años 60 por el pensador norteamericano Marshall MacLuhan, quien revolucionó la percepción de las comunicaciones al entender el alfabeto y la imprenta, como extensiones del hombre y como instrumentos tecnológicos. Del mismo modo, MacLuhan criticaba la linealidad que implicaba la adopción tanto del alfabeto como de la imprenta.

Tal como se dijo anteriormente el pensamiento de Descartes estaba fuertemente influenciado por la metafísica griega y en sus postulados se dejó ver el mismo principio que había regido las ideas de los discípulos de Sócrates: el pensamiento como constituyente esencial de los seres humanos y como el precedente de todo, incluso de la existencia.

Recordemos la famosa frase de Descartes *PIENSO LUEGO EXISTO*.

Esta línea de pensamiento que significaba todo un sistema de comprensión del mundo y de nosotros mismos, permaneció durante siglos, no fue sino hasta la segunda revolución tecnológica, con el advenimiento de la electrónica que se generaría un cambio en los paradigmas.

---

<sup>75</sup> Ob Citada pg.24

La introducción del lenguaje electrónico generó una profunda transformación en la sociedad occidental ya que gracias a la irrupción de la electrónica, la noción del cambio volvió a hacerse presente en nuestro mundo. Todo esto, debido a la gran velocidad con que una nueva tecnología aparecía en la escena mundial en menos de 100 años el hombre inventó el cine, la televisión y la radio.

Gracias a esta explosión en el área tecnológica el hombre se fue acostumbrado, lentamente, a que nada era inmutable, a que la posibilidad del cambio era una alternativa real.

El hombre comprendió que la inmutabilidad no lo conduciría a ninguna parte.

*“Hoy en día, el cambio se ha convertido en un aspecto permanente de la vida. Nada permanece igual por demasiado tiempo. De hecho, la predominancia del ‘ser’ está siendo nuevamente (y bajo circunstancias muy diferentes) sustituida por el devenir”<sup>76</sup>*

Esta revolución histórica comenzó a gestarse gracias a las ideas de grandes filósofos como Friederich Nietzsche, Martín Heidegger y Ludwig Wittgenstein. Todos ellos, a partir de Nietzsche se situaron fuera del campo de la metafísica, criticando los principios básicos de esta y del *cartesianismo*. La idea de lo racional comenzó lentamente a perder fuerza. Echeverría denomina esta transformación en el

---

<sup>76</sup> Ob. Citada pg.26

plano filosófico como el *giro lingüístico*, ya que lenguaje usurpó el lugar de primacía que por siglos le correspondió a la razón.

Esta nueva comprensión del hombre con énfasis en el lenguaje llevaría, como conclusión lógica a una nueva perspectiva frente al fenómeno del lenguaje mismo.

Dentro de este marco se instala la llamada ontología del lenguaje, la cual cuenta con tres postulados básicos:

- 1.- INTERPRETAMOS A LOS SERES HUMANOS COMO SERES LINGÜISTICOS.**
  
- 2.- INTERPRETAMOS AL LENGUAJE COMO GENERATIVO**
  
- 3.- INTERPRETAMOS QUE LOS SERES HUMANOS SE CREAN A SÍ MISMOS EN EL LENGUAJE Y A TRAVÉS DE ÉL.**

Analicemos en detalle estos tres principios:

### II.3.1. INTERPRETAMOS A LOS SERES HUMANOS COMO SERES LINGUISTICOS

Rafael Echeverría sostiene que: *“el lenguaje es, por sobre todo, lo que hace de los seres humanos el tipo particular de seres que son. Los seres humanos, planteamos, son seres lingüísticos, seres que viven en el lenguaje. El lenguaje, postulamos, es la clave para comprender los fenómenos”*.<sup>77</sup>

Esta afirmación que se opone totalmente a la idea de la razón, como elemento fundamental, para comprender al ser humanos y todo los fenómenos que le competen se justifica básicamente en el hecho de que es a través del lenguaje que se confiere sentido a la existencia, a la vez, que es mediante y por el lenguaje que reconocemos la importancia de todo aquello que está fuera de lo lingüístico, a aquello que Echeverría denomina dominios no lingüísticos.

Cabe señalar que Echeverría reconoce tres dominios primarios: el dominio del cuerpo, de la emocionalidad y del lenguaje. Estos tres dominios están interrelacionados entre sí, estableciendo relaciones de coherencias, las cuales abren la posibilidad de *“efectuar reconstrucciones de los fenómenos propios de cada dominio a través de cualquiera de los otros dos”*.<sup>78</sup>

---

<sup>77</sup> Ob. Citada pg. 31

<sup>78</sup> Ob Citada pg. 32

El lenguaje es la llave que abre todas las puertas y es precisamente a partir de él, que constatamos la presencia del dominio emocional y corporal, ya que, no hay otra forma de comprensión, de entendimiento o de sentido que escape al dominio del lenguaje. No es posible encontrar otro punto de observación para nuestra existencia que no sea a partir del lenguaje.

*“La experiencia humana, lo que para los seres humanos representa la experiencia de la existencia, se realiza desde el lenguaje. El lenguaje representa en el decir de Nietzsche, una prisión de la cual no pueden escapar; o, n el decir de Heidegger, la morada de sus seres. Los seres humanos habitan en el lenguaje”<sup>79</sup>*

### **II.3.2 INTERPRETAMOS AL LENGUAJE COMO GENERATIVO**

Es, precisamente, el segundo postulado de Rafael Echeverría el más revolucionario de los tres, ya que, se presenta en abierto contrapunto con la posición metafísica construida a partir de la invención del alfabeto.

Analicemos esta aseveración.

Para Rafael Echeverría, a diferencia de los otros estudiosos del lenguaje, este precede la realidad, es decir, la realidad se construye a partir del lenguaje. De ahí, que este sea considerado no instrumental sino que generativo. Gracias a este postulado el

---

<sup>79</sup> Idem

lenguaje recupera su *status* de antaño y deja de ser considerado como un instrumento, meramente, descriptivo. Nuevamente el lenguaje es *acción*.

En el postulado anterior se planteó que el hombre es un ser lingüístico y no racional, campo se sostenía antes, esta percepción es el prólogo para un planteamiento tan revolucionario capaz de considerar la realidad como un producto y no como un generador. De la fórmula tradicional **REALIDAD=LENGUAJE**, se pasó a la ecuación postmoderna, **LENGUAJE=REALIDAD**.

Al mismo tiempo, retorna la supremacía del devenir, dejándose de lado la inmutabilidad. Si la realidad se construye a partir del lenguaje, esta tendrá la posibilidad de modificarse con mayor velocidad, pues, ya no será única sino múltiple.

Esta idea de distintos mundos se planteó también en el área comunicacional mediante el trabajo realizado, principalmente, por Paul Watzlawick, dentro de los márgenes del constructivismo radical.

Para Watzlawick la realidad, lo real, no es más que un consenso entre un grupo de hombres. No es algo único sino un elemento consensual, por lo tanto, no habrá una realidad sino varias, producto de distintos consensos.

***“Real es, al fin y al cabo, lo que es denominado real por un número suficientemente grande de hombres. En este sentido extremo, la realidad es una convención interpersonal”<sup>80</sup>***

El pensamiento de Watzlawick se encuentra profundamente relacionado con el de Protágoras, aquello de que *El hombre es la medida de todas las cosas* toma gracias a estos enfoques vital importancia y se inserta en el proceso de recuperación del *lenguaje del devenir*.

Algo similar ocurre con Heráclito quien afirmó que *Ningún hombre se baña dos veces en el mismo río*, si se observa con atención esta afirmación nos daremos cuenta que en ella subyace la idea central del devenir y de la multiplicidad.

Estas nuevas percepciones, fundadas en el trabajo de los presocráticos y de los sofistas, permite crear una variedad de enfoques más aptos con el mundo de finales de siglo y, a la vez, marca el paso definitivo del *lenguaje del ser al lenguaje del devenir*.

***“La historia de la humanidad enseña que apenas hay otra idea más asesina y despótica que el delirio de una realidad real (entendiendo por tal, naturalmente, la de la propia opinión), con todas las terribles consecuencias que se derivan con implacable rigor lógico de este delirante punto de partida. La capacidad de vivir***

---

<sup>80</sup> Paul Watzlawick, “La Coleta del Barón de Münchhausen”, pg 17, Ediciones Herder, 1992, Barcelona.

*con verdades relativas, con preguntas para las que no hay respuestas, con la sabiduría de no saber y con las paradójicas incertidumbres de la existencia, todo esto, puede ser la esencia de la madurez humana y de la consiguiente tolerancia frente a los demás. Donde esta capacidad falta, nos entregamos de nuevo, sin saberlo, al mundo del inquisidor general y viviremos la vida de rebaños, oscura e irresponsable, sólo de vez en cuando con respiración aquejada por el humo acre de la hoguera de algún magnífico auto de fe, o por el de las chimeneas de los hornos crematorios de algún campo de exterminio”<sup>81</sup>.*

Constituye un elemento de vital importancia señalar que no se pretende afirmar que todo existe en el lenguaje y que, aquello que escapa a él es lo inexistente. Lo que se quiere decir es que sólo podemos hablar de aquello que se instala del dominio del lenguaje. Existe una realidad externa, que nosotros no conocemos puesto que no se instala en el dominio del lenguaje y que es independiente de éste y, por lo tanto, intangible para nosotros como seres humanos.

Una realidad externa sólo existirá si podemos hablar de ella, y esto sólo será posible si lo hacemos en el lenguaje, perdiendo a la vez su carácter externo.

---

<sup>81</sup> Paul Watzlawick, “La Coleta del Barón de Münchhausen”,pg 122, Ediciones Herder,1992, Barcelona.

*“Una vez que algo se convierte en parte de nuestras vidas, una vez que la realidad externa existe para nosotros, dejó de ser externa, y la forma en que existe para nosotros es en el lenguaje”.*<sup>82</sup>

No se trata de afirmar que todo lo que existe está generado por el lenguaje sino que todo aquello que nosotros reconocemos como existentes si se genera en el lenguaje.

Ahora bien, ya se dijo anteriormente que el lenguaje es acción. Aclaremos un poco esta afirmación.

Afirmamos que el lenguaje es acción ya que a través de él hacemos que las cosas pasen, ya que alteramos el curso de lo que sucede. Si afirmamos algo generaremos una realidad totalmente distinta de la que se hubiese podido construir si hubiésemos negado algo. En este proceso también influirá nuestra capacidad de escuchar y la forma en que digamos algo.

*“El lenguaje es activo. Por medio de él participamos en el proceso continuo del devenir.(...) A partir de lo que dijimos o se nos dijo, a partir de lo que callamos, a partir de lo que escuchamos o no escuchamos de otros, nuestra realidad futura se moldea en un sentido o en otro”.*<sup>83</sup>

---

<sup>82</sup> Rafael Echeverría, “Ontología del Lenguaje”,pg33 Ediciones Dolmen 1996

<sup>83</sup> Ob. Citada pg.34

Antes habíamos afirmado que para la cultura metafísica el hombre se moldeaba a sí mismo y al mundo mediante la razón, ahora diremos todo lo contrario. Instalados en el lenguaje del devenir afirmaremos que el hombre da forma a su identidad y al mundo, a partir del lenguaje.

Por último, Echeverría afirma que el lenguaje es *una coordinación de una coordinación de acciones*.

### **II.3.3. INTEPRETAMOS QUE LOS SERES HUMANOS SE CREAN A SI MISMOS EN EL LENGUAJE Y A TRAVÉS DE ÉL**

La perspectiva metafísica generó la idea de que el hombre era un ser unidimensional, ya que su alma o su ser era único e inmutable, por lo tanto, la vida era para el hombre el campo donde podía llegar a conocerse a comprender su esencia. Sin embargo, esta esencia no cambiaba a lo largo de nuestra existencia ya que era sólo una, de este modo, el hombre debía limitarse a descubrirla, no podía generarla ni modificarla, sólo le quedaba el camino de la exploración. Su misión en la tierra se podía resumir con la inscripción existente en la muralla del templo de Apolo en Delfos, “Conócete a ti mismo”.

Actualmente, gracias a los nuevos enfoques, la vida se entiende como un territorio fértil donde el hombre se inventa a sí mismo.

Esta nueva concepción sitúa al ser humano como un sujeto creador, por lo tanto activo y generador. La idea del hombre como un ente pasivo es suplantada por la concepción de un ser humano dinámico y capaz de construirse a sí mismo.

Desde este punto de vista, el hombre se transforma en un ente mucho más rico ya que nace dotado no sólo con el poder de conocerse sino con la capacidad de construirse, de participar activamente en el proceso de su generación. El hombre se hace a sí mismo, por que posee la capacidad para realizarlo. Hay una determinación histórica y biológica que lo condiciona como tal, es decir como un ente generador.

*“El ser humano no es una forma de ser determinada, ni permanente. Es un espacio de posibilidad hacia su propia creación. Y aquello que lo posibilita es precisamente la capacidad generativa del lenguaje. A partir de las bases de condicionamiento, los individuos tienen la capacidad de crearse a sí mismos a través del lenguaje. Nadie es de una forma de ser determinada, dada e inmutable, que no permita infinitas modificaciones”.*<sup>84</sup>

Los planteamientos expuestos anteriormente nos llevan a entender de un modo distinto el fenómeno del lenguaje.

Una vez que este pierde su carácter instrumental y deja de ser considerado como una instancia descriptiva abre un campo de infinitas posibilidad para nosotros

---

<sup>84</sup> Ob. Citada pg.36

como periodistas y comunicadores, ya que se aleja de las instancias rígidas propias del *lenguaje del ser* y se instala en el *lenguaje del devenir*, donde el cambio es la instancia regente y el lenguaje, una acción generativa.

Ahora bien, este regreso al *lenguaje del devenir* es profundamente fructífero en el ámbito, específicamente, periodístico.

Durante años, el lenguaje se dividía en distintas categorías y no se asimilaba como un todo único e inseparable.

Ahora, gracias a esta nueva revolución histórica, como la llama Echeverría, que instaura la unidad del lenguaje es posible comprender mejor el ejercicio de la profesión periodística en sus distintas facetas.

***Es necesario cambiar el conócete a ti mismo por el constrúyete a ti mismo.***

#### **II.3.4. ALGUNAS OBSERVACIONES ACERCA DEL LENGUAJE**

La anterior explicación de la revolucionaria teoría de Rafael Echeverría niega la posibilidad de que el lenguaje sea un instrumento. Como se señaló, este sería antecesor a la realidad, por tanto no la describe sino no la crea. Para poder comprender nuestro trabajo práctico, queremos aclarar que si bien entendemos que el lenguaje es capaz de generar realidades, también es capaz de describirlas. Si en el lenguaje construimos nuestra realidad, cuando esta aflora frente a nosotros también el lenguaje se convierte en un descriptor. Es decir, tal como se puede generar la realidad, también se puede hablar de ella, y gracias a esta posibilidad es que un determinado diario habla o deja de hablar de aquella realidad que día a día se genera en el lenguaje.

### **III. LA CUARTA: EL DIARIO POPULAR**

#### **III.1. ¿QUÉ ES *LO POPULAR* PARA EL DIARIO “LA CUARTA”?**

Guillermo Sunkel afirma que como consecuencia del advenimiento del régimen dictatorial del General Pinochet, el concepto de lo popular sufrió una crisis que llevó al replanteamiento del mismo.

Esto se debió, principalmente, a la disminución de la clase obrera, lo cual trajo un replanteamiento del rol que dicha clase ostentaba como agente único del proceso de transformación política y social. Muy por el contrario, el nuevo fenómeno se manifestó en una realidad cada vez más heterogénea y fragmentada y en formas de vida dispersas y atomizadas producto de la masificación de nuevas tecnologías.

Asimismo, el fracaso de la Unidad Popular, régimen que tenía su fuerza en el proletariado, también repercutió en esta nueva manera de entender *lo popular*.

Desde el 11 de septiembre de 1973, Chile entró en un proceso permanente de ocultación de lo que proviniera del pueblo. Era imprescindible borrar esta idea ya que se encontraba intrínsecamente ligada al gobierno de Salvador Allende.

Debido a esta negación en la época dictatorial de la palabra pueblo es que la elección del lema de “*La Cuarta*” no puede resultarnos ingenua y tampoco como una reacción aislada. Más bien creemos que se inserta en la necesidad de la época de no nombrar aquello que aludiera a revolución, a oposición, que era lo que, como chilenos, habíamos llegado a entender de la palabra pueblo luego de la experiencia del régimen de la Unidad Popular. Aquella visión heroica que dejaba en manos del pueblo, entendido como las clases obreras, la revolución. Así, nos sumamos a la tesis de Roxana Alvarado en cuanto a la necesidad de trasladar el concepto de pueblo, y que, como bien lo señala ella, queda explícita en la editorial del primer número del diario.

Así, en su primera y única editorial, “*La Cuarta*” explica el adjetivo que define a su lema: qué significa y a quién representará mediante *lo popular*.

“*La Cuarta*” como dice su eslogan es un diario popular. Eso quiere decir del pueblo. Y aquí conviene aclarar las cosas.

*El pueblo no lo forman sólo los cesantes, los más pobres y aporreados por la vida. El pueblo nuestro lo forman once millones de chilenos, que andan con corbata y descamisados, el hecho que busquemos la amistad y confianza de ‘los de abajo’ no significa que le buscaremos el odio y la bronca a ‘los de arriba’. Muy por el contrario. Intentaremos acortar las distancias entre ellos y borrar diferencias que le hacen daño a la patria.*

El párrafo anterior manifiesta la necesidad de eludir cualquier tema confrontacional. *Lo popular* no será la oposición pues el diario asume que es ésta la que provoca quiebres y divisiones en los chilenos. Es decir, La Cuarta pretenderá hablarle a todos pero se acercará a aquellos que no tenían un diario que decidiera escuchar su voz. Una voz que no esté en contra de nadie ya que el pueblo serán *los onces millones de chilenos*.

Sin embargo, también señala que buscará la amistad de *los de abajo*, e intentará identificarse con los *dejados de la mano de Dios*.

¿Y por qué va a ser amigo nuestro? Sencillamente porque “*La Cuarta*” pretende identificarse con quienes siempre han estado dejados de la mano de Dios.

*Así, reconocemos que “La Cuarta” desea no crear conflicto, por lo tanto, se identificará con los oprimidos sin buscar a los opresores. Establece una relación de amistad que no incluye el ser enemigo de los posibles enemigos: la idea de oposición, de clases desiguales, quiere ser alejada de la realidad de nuestro país. Es decir, encontramos que en el lenguaje no se quiere generar nuevas posibilidades de confrontación y lucha.*

En cuanto a la idea de política, nos parece que “*La Cuarta*”, inmersa en la dictadura militar, también deja fuera el debate político como un factor que se hará parte de la representación de la popularidad.

No queremos que esta tribuna se convierta en un foro político. Ni a favor ni en contra de las autoridades. O de quien sea.

*Por desgracia, siempre la política es centro de discordia y antagonismo y, usted comprenderá que esos sentimientos no concuerdan con la amistad que le estamos pidiendo y le estamos ofreciendo.*

Pero, “*La Cuarta*” sí asume un compromiso: ser el vocero de los necesitados frente a las autoridades.

*Queremos ir e iremos a su barrio, a su población a conocer sus necesidades básicas y las de sus vecinos. Y si no alcanzamos, usted nos mandará esa carta que estamos esperando y que publicaremos para que las autoridades escuchen la voz del pueblo a través de este diario que pretender ser su vocero.*

Un espacio que actualmente busca cumplir con el objetivo de “*La Cuarta*” de ser el vocero del pueblo es: El dedo en la Llaga. Dicha sección permite a su público dar tanto quejas e informaciones que el diario cumple con dar a conocer. Así, escuchamos a través del medio a aquellos sujetos que no participan del poder, que no

tiene la capacidad de réplica, a que se construyan en el lenguaje, en asuma: a que interpreten por sí mismos sus necesidades.

Ejemplificaremos lo anterior exponiendo la siguiente queja que apareció en El Dedo en la Llaga, el día 2 de octubre de 1999.

*LINDO CONDORO DEL SOTERO*

- *¡Aló, caballero...! ¡Ayayaicito, oiga!*
- *¡Chuta! ¿Qué le pasó, señora?*
- *Que los médicos del Sótero del Río me pusieron una aguja de marcación en el seno izquierdo y ahora no me quieren operar. ¡La tengo desde el jueves y me duele terriblemente!*
- *¿Y cuándo tenía hora?*
- *Para este viernes, por una microcalcificación de pecho, pero no había cirujano y tampoco quisieron sacarme la aguja!*
- ***Puchas, parece que tendrá que aguantarse no más.***
- *¡No puedo! Tengo que dormir sentada y ya me enfermé de los nervios. Traté de reclamarle al director del hospital, pero tampoco se encontraba.*
- ***Mmm, serios problemas de personal en el Sótero, ¿Ah?***
- *¡Tremendos, oiga! ¿Y qué ocurriría si deben operar de urgencia a una persona y no hay médico? Póngale ahí que me llamó María Venegas y que estoy furiosa y con mucho dolor.*

El Dedo en la Llagu permite al público dar cuenta de su realidad. Ya no se trata de lo que el diario juzgue como popular, si no de la misma gente haciéndose presente en el lenguaje, construyendo su realidad. Aquella particular, distinta de aquel que puede pagar una clínica privada. Un espacio que “*La Cuarta*” parece dar relevancia, pues constituye la mitad de una de sus páginas.

Lo anterior ayuda a reconocer el sujeto popular que representa “*La Cuarta*”, en la medida que le entrega no un espacio para responder sus conflictos sino para construir, en el lenguaje, *sus conflictos, sus sentimientos, sus espacios*. En el lenguaje reconocemos que no existe “el” sujeto popular, como único, pues no hay una realidad única e inmutable, y en la medida que el diario le da la posibilidad de hablar al propio sujeto, da pie para que exista varios sujetos populares y lo popular deje de *ser* y pase a constituirse, en el lenguaje, en un *devenir*.

Tal vez sin darse cuenta, el medio, al darle voz a la señora María Venegas, da espacio al lenguaje del devenir, que ha construido aquella realidad otra, no sólo la que impone un medio a través de lo que él considera importante sino también de lo que es importante para los representados. Así, este espacio permitiría a los representados, representarse a sí mismos. Por tanto, creemos encontrarnos frente a un acercamiento del modo de representación que los

sectores populares tienen de sí mismos y no la subjetividad que negó el marxismo. Aquel que pretendía que el proletariado hablara marxismo o no sería.

Si bien antes afirmásemos que el debate político era evitado por el matutino, no queremos dar a entender que éste se no se permite. Más bien tiene que ver con una alejamiento de la política como centro y motor del pueblo y con una menor preocupación por cubrir el tema. El siguiente Dedo en la Llag, publicado el mismo día que el anterior, nos demuestra que éste, sin embargo, puede tener su espacio, en el lenguaje de los mismos de los afectados.

### **¿Y EL SITIO PARA EL COLEGIO, AH?**

**-“La Cuarta”, la que nos defiende de los ministerios que nos meten mula?**

- *¿A ver, cómo fue?*

- *Le hablo a nombre de varios vecinos de La Florida, para protestar contra el Ministerio de la Vivienda, porque se corrió con el terreno en que construiría un nuevo colegio.*

- *El viejo truco de prometer y no cumplir.*

- *Exactamente. Las Unidades Vecinales culpamos al ministro Sergio Henríquez por la achaplinada. El se había comprometido a traspasar un sitio para el futuro colegio Cardenal Samoré, pero na ni na.*

- *¿No se tratará de un simple y momentáneo ataque de amnesia?*

- *No, arrugó feo de verdad. Por lo mismo, los vecinos vamos a protestar con tutti en diversas calles de la comuna. Cambio y fuera.*

En el anterior Dedo en la Llaga, el diario no asume ninguna postura política, más bien deja un espacio para la crítica a la autoridad sin explicitar la bandera del denunciante ni del medio. Sin embargo, en la frase: “*el viejo truco de prometer y no cumplir*”, deja ver una postura alejada de las autoridades en tanto actores con poder.

A continuación, citamos un nuevo ejemplo de la sección que bien puede dar cuenta de la posibilidad que entrega el diario de no construir un solo sujeto popular, sino de dar espacio a su heterogeneidad.

#### MÉTALE PAYAS EN LA PONTI CATO

¿La Cuarta, la payadora? ¿Se la puede o es arrugadora?

- Usted me va pulseando y yo, contestando. En el contrapunto está el asunto.
- ¡Uuuuuh, le pega al cocido! Entonces, dese por advertido, que mañana a las 8 de la noche, tendremos cualquier broche, en el centro de Extensión de la Ucé, donde lo esperamos a usted.
- *Gracias por la invitación, pero ¿quiénes le harán la improvisación?*
- *El uruguayo José Curbelo, que siempre las catcha al vuelo, y los chilenos de la paya más alta, Pedro Yáñez, Manuel Sánchez y Eduardo Peralta, pueh.*
- *Bueno, amigazo, hablar con usted fue un gustazo. Cambio y fuera.*

Cuando Sunkel afirma que la teoría marxista había dejado múltiples actores relegados, lo anterior habla de una práctica de la cultura popular que, en el lenguaje, se construye de manera nueva. No se trataría de un lenguaje que habla sobre lo popular, sino cómo en el lenguaje ese sujeto habla de esa realidad: la popular.

Lo anterior ayudaría a comprender porque no debemos hablar de lo popular como una característica inmutable, pues en el lenguaje, lo popular puede devenir, es decir, cambiar y convertirse en una realidad múltiple.

### **III.2. LAS NOTICIAS: LA REALIDAD MELODRAMATIZADA EN EL LENGUAJE**

En la siguiente parte de nuestro trabajo haremos una revisión de las noticias, dando énfasis a aquellas tres áreas a las que “*La Cuarta*” entrega mayor relevancia. Estas fueron elegidas y clasificadas por ser de preferencia su tema para el titular de portada, por contener un mayor número de imágenes dentro del tabloide y por la preocupación del color y ocupar mayor número de páginas en el diario.

Nos referimos a:

- La Crónica Roja (CRÓNICA)
- El Deporte (LA CUARTA DEPORTIVA)
- Bohemia Santiaguina (LA CUARTA ESPECTACULAR)

La prensa tradicional de nuestro país persigue desesperadamente la objetividad, que constituye uno de los pilares con los que se enseña a trabajar a cualquier periodista. Este concepto es netamente metafísico, pues no da cuenta de que los seres humanos son seres lingüísticos y por tanto, interpretativos.

La matriz simbólico-dramática hace referencia al mundo de la cultura popular en que la riqueza de este puede ser generado en el lenguaje. Pues, este tiene en sus manos no sólo la posibilidad de crear conceptos, sino de ser creador de imágenes. Gracias a esta posibilidad de imaginar, el receptor será también un interpretador de esa realidad, donde la función narrativa cobrará tal importancia que parecerá más que una información, un cuento.

Si bien siempre hemos entendido que la tarea del periodismo es informar de la realidad, cual si esta fuera una, no estuviera tocada por el periodista y sólo pudiera ser descrita con la menor adjetivización posible (pues estaríamos haciendo juicios de valor), el lenguaje del devenir rompe este esquema, dándole la posibilidad de la creación.

Cuando se persigue la objetividad, el periodista se adentra en el campo de lo único, de lo inmutable. La objetividad es un reflejo del entendimiento de lo real como único (“lenguaje del ser”) y no del entendimiento de lo real como algo dinámico, generado a partir del lenguaje (“lenguaje del devenir”). Al contrario, cuando un texto le da la oportunidad al lector de jugar con la realidad, la matriz cultural aflora.

Queremos decir que mientras mayor número de imágenes sean construidas en el lenguaje, mayor posibilidad hay que, en tanto el lector imagine esa realidad, pueda sentirse identificado por ella. Mientras en el periodismo se nos pide la mayor precisión posible con cada concepto, una frase que despierta nuestra imaginación ayuda a nuestra subjetividad, como si nosotros termináramos y complementáramos el relato. Ya no se tratará de mostrar la realidad consensuada, el lector construirá también esa realidad.

*“Sabemos, dice Watzlawick, que una especie de ‘realidad real’ no será jamás accesible. Vivimos únicamente con interpretaciones y con imágenes, que aceptamos ingenuamente como objetivamente reales. Resulta insostenible cualquier pretendido saber a propósito de una realidad objetiva, y la consecuencia que sigue casi sigilosamente de ello, en cuanto a que sólo las personas mentalmente sanas perciben correctamente el mundo y viven bien adaptadas. Normalidad y anormalidad no surgen de un universo de esencias inmutables, sino de distinciones y parámetros creados socialmente”.*<sup>85</sup>

Observemos con mayor acuciosidad cada uno de los temas que dicho diario aborda con mayor frecuencia:

### III.2.1.CRÓNICA ROJA

Cuando la noticia es un crimen, La Cuarta le entregará al lector una narración de lo acontecido.

Dentro de la perspectiva del constructivismo radical y del ya mencionado *lenguaje del devenir*, todo fenómeno social será un fenómeno lingüístico, ya que al aceptar la idea de que la realidad se genera a través del lenguaje, asumiremos también que hay distintas realidades y que lo real no será algo único e inmutable.

La realidad que da cuenta La Cuarta bien puede parecer vulgar, negativa, y sobretodo dañina para la cultura. Pero existe y se crea en el lenguaje, en la vida cotidiana, en el barrio. Y gracias a éste puede ser reconocida. Por tanto, es parte de la cultura chilena.

Tomemos como ejemplo una noticia aparecida en La Cuarta el viernes 25 de Junio de 1999. Cabe señalar que dicha información fue la encargada de titular la edición bajo el siguiente enunciado:

**Quiso darle el postre en la cama y fue rechazada  
DUEÑA DE PENSION LE SACÓ OJO A PASAJERO**

---

<sup>85</sup> Ricardo López Pérez, "Maestros Innovadores",pg.93, Bravo y Allende Editores, 1997. Colección de Ciencias Sociales Universidad de Chile.

En la página 3 del matutino la noticia aparecía narrada de la siguiente forma:

**Mujer “gateó” a habitación de pensionista serio que no necesitaba guatero con uñas  
DUEÑA DE PENSIÓN SOTO, MUY CARIÑOSITA, LE SACO OJO A HUÉSPED  
QUE LA HECHO DE LA PIEZA**

*PUNTA ARENAS.- Siete años de cárcel le tiraron a una dueña de casa que le sacó un ojo a un amigo con el taco de su zapato, picota y enardecida por que la víctima rechazó su compañía luego que ambos tuvieron algunos flirteos en una casa que la golosa interpretó como llamado de la selva.*

*Angélica del Carmen Valencia, de 39 años, administraba un pensión en la localidad de Natales, provincia de última esperanza, y recibía a sus huéspedes en una suerte de “ambiente hogareño”, con mucha ternura y calor, al parecer, corporal y ambiental en estos avatares del destino cayó en el hostel René Mancilla capeando la nieve y el viento. Parecía una de las mejores películas de vaqueros. Abrió la puerta del inmueble y recibió de lleno la calidez del lugar.*

*Es más, la atención de la dueña del negocio era tan personalizada, dijeron los policías, que el hombre fue recibido como si se tratara de un cliente habitual, una persona VIP y fue atendida como tal.*

*Mancilla se pegó su bañadita con agua caliente en su habitación y luego fue hasta el comedor a degustar la cena que le tenía preparada la anfitriona.*

*Para que no se sintiera solo, la cacera se le instaló al lado y le conversó durante un par de horas, mientras el Mancilla cuchareaba como condenado.*

*Como atención de la casa, la mujer destapó un botellón de vino que se consumió como si hubiese tenido un agujero en la base.*

*Palabras sacaron palabras, como dice la canción, y entre el huésped y la dueña de la residencial se consumó una suerte de amistad. El pasajero agradeció en términos muy caballerosos la actitud de la dueña de casa, se levantó de la mesa y volvió a su habitación.*

*Antes de ingresar a la pieza, bajo el dintel de la puerta miró hacia la mesa e hizo una reverencia a la fémina insistiendo en que estaba muy satisfecho por las atenciones que se le habían dispensado.*

*La casera interpretó esta actitud como una invitación a seguir la cháchara de manera más privada y se mandó la feroz “gateada”, minutos más tarde, cuando calculó que el hombrón ya estaba en el sobre, acurrucadito.*

*La Angélica, que a esa hora del partido estaba con la presión muy alta y calefaccionada por todas partes se dejó caer ligerita de ropas en la pieza de Mancilla, disfrazada de guatero con uñas.*

*Su sorpresa fue mayúscula cuando el sujeto se levantó enérgicamente, encendió la luz y pidió a la visita, respetuosamente, que regresara a sus aposentos.*

*Ahí, la mujer mostró la hilacha y, humillada, comenzó a castigar al sorprendido visitante. Descontrolada por la ira, se sacó un zapato y con el tacón le golpeó el rostro reventándole la órbita ocular derecha, es decir, le sacó un ojo.*

*El hombre se dirigió hasta un centro asistencial y denunció la demencial agresión, iniciando un proceso en contra de la agresora, que culminó con la sentencia descrita.*

Esta información permite la irrupción de aquellos conflictos antes no representados en los diarios. Así, sugerimos que “*La Cuarta*” permite la *descompaginación del libreto*, de la que habla Sunkel. Pues, los sujetos populares no irrumpen de manera heroica, pero representados en este diario sí alteran símbolos. Ya *lo popular* no estará politizado y dejará de hablar sólo marxismo, también hablará de su vida cotidiana. Y no es que el crimen sea un hecho cotidiano, pero sí aparece el barrio, las solidaridades que él despierta, aparece un hombre que necesita de la ayuda de otro, e incluso aparece la temática sexual que sí constituyen parte de la vida cotidiana.

El periodista que redactó esta noticia no quiere enfatizar la sentencia legal, sino el accionar de la dueña de la pensión. De ahí que nos contextualice la situación y

narre todos los pasos y acciones que la precedieron. Pues no sólo el hecho (*el conflicto*) es el importante, sino también sus protagonistas (*sujetos populares*).

René Mancilla y Angélica, que en otra noticia serían sujetos indistinguibles dentro de un todo, se vuelven aquí entes autónomos. Sugerimos que en el lenguaje, ellos cobran vida y no son simplemente dos descripciones. Pasan a ser dos personajes, pues el lector bien puede reconocerlos, interpretar sus actos y tomar partido por uno o por otro.

Es decir, lo que importa son sus acciones, pues estos les dan el carácter de relato a la noticia. Creemos que de este modo René y Angélica se convierten en personajes.

El primer párrafo de la noticia no difiere mucho de un lead convencional, excepto por la utilización de términos poco académicos como: *tiraron, picota, golosa* y *llamado de la selva*. Ahora bien, si se extraen estas palabras del lead, este, fácilmente, tomaría una forma tradicional y se alejaría del relato.

Sin embargo, en el segundo párrafo se empieza a desarrollar más que los hechos expuestos en el lead, un relato, un cuento.

Si se observa con atención es posible notar que se presenta al personaje principal, Angélica del Carmen Valencia, se menciona su edad, el lugar donde reside

y finalmente su ocupación. Estos datos, apilados en una forma periodística tradicional no se constituirían como narración, sino más bien se limitarían a la exposición.

*“La Cuarta”*, sin embargo, dejar ver la matriz simbólica-dramática al recrear un mundo lleno de imágenes que serán completadas en la mente del lector.

*“(…)recibía a sus huéspedes en una suerte de ‘ambiente hogareño’ con mucha ternura y calor, al parecer, corporal y ambiental”.*

El matutino contextualiza la situación, aporta datos aparentemente sin importancia, que son los que permiten insertar la noticia en el terreno del relato.

Un cuento o una novela, no siempre va a estar constituida por las informaciones más precisas, más importantes. En ambas expresiones narrativas se concede vital importancia al detalle, a todo aquello que diga sin decir lo que el autor quiere plantear.

*“La Cuarta”* valiéndose de tales elementos pretende no sólo señalar los datos fundamentales de Angélica Valencia sino construir un personaje en la medida en que ahonda en sus motivaciones, acciones y sentimientos. Los sujetos que aparecen en *“La Cuarta”* tienen varias dimensiones, varias facetas, esto es precisamente lo que permite la interpretación del lector.

*“En esos avatares del destino cayó en el hostel René Mansilla, capeando la nieve y el viento. Parecía una de las mejores películas de vaqueros. Abrió la puerta del inmueble y recibió de lleno la calidez del lugar”.*

El lector se hace partícipe de la noticia. La mención de la película de vaqueros, lo lleva a recordar estas imágenes conocidas. Si quiere, incluso, puede sentir el calor de hogar, según su juicio de lo que es el calor de hogar: una casa ordenada, una estufa prendida o si quiere, una música agradable. Ese hogar puede ser el suyo, o el de cualquiera, pero para continuar en la lectura, deberá materializarlo en su imaginación.

Por su parte, René es el héroe del oeste. Es decir, el vaquero bueno, que nunca se aprovecharía de una chica. Por su parte, Angélica, que aparentemente tiene buen corazón, termina *utilizando* al hombre para su beneficio.

Como vemos, la noticia lleva al lector a crear personajes. Y permite la creación de múltiples realidades. Además, el periodista hace utilización del contrapunto, al combinar frases vulgares y, otras más convencionales. Sin embargo, esta convencionalidad está inserta en una suerte de afectamiento, que conduce directamente al territorio de la ironía.

*“Antes de ingresar a la pieza, bajo el dintel de la puerta miró hacia la mesa e hizo una reverencia a la fémina, insistiendo en que estaba muy satisfecho por las atenciones que se le habían dispensado.*

*La casera interpretó esta actitud como una invitación a seguir la cháchara de manera más privada y se mandó la feroz “gateada”, minutos más tarde, cuando calculó que el hombrón ya estaba en el sobre, acurrucadito”*

En este ejemplo se puede apreciar claramente el paso de la convencionalidad a la “vulgaridad” y, por tanto, la idea de contrapunto.

Obviamente la narración se realiza, no sólo en estos párrafos, sino a lo largo de toda la noticia con un tono, marcadamente, irónico. Y la ironía, nos vuelve al plano de la realidad múltiple construida en el lenguaje. La ironía no puede ser entendida con un diccionario en la mano, la ironía obliga al lector a hacer su propio juicio, que incluso pasa por pensar que la ironía no es tal.

El escritor argentino Julio Cortázar, en el cuento “Lucas y sus Pudores”, desarrolla la siguiente anécdota: la visita de Lucas al baño durante una reunión social en una casa muy pequeña. La diarrea de Lucas es narrada con mucha ironía y el relato es profundamente humorístico.

Algo similar ocurre en el cuento “Corazonada” de Mario Benedetti. El autor nos entrega la verdadera dimensión de su protagonista, una empleada doméstica arribista, a través de la ironía. Benedetti no indica cuáles son las características de la mujer, sin embargo, ello se deja translucir, en el lenguaje, principalmente, con tinte irónico.

Autores de la envergadura de Julio Cortázar y Mario Benedetti, pueden trabajar con la ironía, sin embargo, parece que en el periodismo esto fuera absolutamente negado, mientras los cuentos de estos latinoamericanos son ficciones, el periodismo trabaja con la verdad, que le impide trastocar los hechos con juicios personales.

Sin embargo, en el lenguaje somos seres interpretativos, que por tanto, construimos múltiples realidades, sin poder afirmar que una es mejor que otra, o más válidas que ella. Mientras la diarrea es posible, y la arribista, por supuesto que también, en el periodismo nos cuesta aceptar algunas realidades como de nuestro mundo. Lo que se acepta como real, como afirma Watzlawick, es un consenso, por tanto, hemos dispuesto que la vida cotidiana, aquello de que nos avergonzamos como humanos, no tenga cabida en el periodismo nacional. No pretendemos afirmar que lo anterior sea bueno o malo, simplemente que en el lenguaje hemos podido generar esta realidad que preferimos callar.

En cuanto a las palabras: *tiraron, picota, golosa, llamado de la selva, cuchareaba, cháchara, gateada, estaba en el sobre, calefaccionada por todas parte*

(aludiendo a la mujer), *guatero con uñas, mostró la hilacha*, constituyen aquellas palabras que liberan lo grotesco y lo cómico, como señalaría Roxana Alvarado. Gracias a ellas, la cultura popular puede hacer oposición al mundo oficial, que pretende que lo vulgar sea parte de una realidad externa, como diría Echeverría.

El académico de la Universidad de Chile, profesor de Literatura en la Escuela de Periodismo, Fernando Blanco, afirmaba que el mayor mal del chileno lo constituye el creer que todos son “rotos” menos él. Esta especie de enfermedad, produjo en Chile un rechazo hacia el lenguaje vulgar por considerársele obsceno y ordinario. Además, citaba a Pier Paolo Passolini, que señalaba en 1973 que *se ha relegado de los modelos culturales reales (...) se puede afirmar que la tolerancia, de la ideología hedonista impuesta por el nuevo poder massmediático, es la peor de las represiones de la historia humana*. El académico indicaba que aún en Latinoamérica, pensar en la diferencia es siempre referirse a lo que sobra, a lo que excede a la economía burguesa. Agregaba que, en la diferencia, la condena ética y moral también se convierte en juicio estético.

Así, podemos comprender aquello que se refería Barbero cuando hablaba de *ése etnocentrismo de clase que no nos deja ver en la cultura de masa más que un proceso de vulgarización*, pues posibilita que ese resto, eso que sobra, tenga su espacio: aquellos que en palabras de “*La Cuarta*” pueden ser los (y las) *cogotermen, curagüillas, califa, federicos, rufianes, etc.* Términos que pueden ser de mal gusto, pero que es completamente distinto a no tener gusto. Es decir, la capacidad de

interpretar si algo es bonito o feo es intrínseca en el ser humano, pero es distinto el negar a aquellos que consideramos que tiene mal gusto a que tengan sus propios gustos.

Recordemos que, tal y como sostiene Echeverría, todo fenómeno social es siempre un fenómeno lingüístico y, por tanto, el lenguaje no es un instrumento descriptivo, sino que es el generador, el motor de todo aquello que conocemos, en suma, de la realidad.

La Cuarta genera una realidad que muchos reconocen como externa, como ajena a ellos, sin embargo, no podemos negar su existencia. De ahí, que el lenguaje utilizado por La Cuarta existe en el lenguaje y por tanto, se materializa.

*“Tal como lo hemos sostenido anteriormente, la forma en una realidad externa (cuya existencia, insistimos, no podemos negar) ‘existe para nosotros’, dejó de ser externa, y la forma en que existe para nosotros es en el lenguaje”.*<sup>86</sup>

A nuestro juicio, los crímenes de travestis, prostitutas, delincuentes, que son representados en “La Cuarta” nos recuerdan que los sujetos populares, sin poder político, buscan nuevas armas de resistencia. La inclusión de estos sujetos les posibilita a dar la resistencia moral frente a la rigidez de costumbres que pretende ser impuestas desde *arriba*, realizando así su venganza, en manos de otros, de la

---

<sup>86</sup> Rafael Echeverría, “Ontología del Lenguaje”, pg. 33, Ediciones Dolmen, 1996

abstracción de la política y de lo llamado *culto*. La melodramatización les permite rescatar su diferencia y escapar de la homogeneización a la que apela la industria cultural. Por tanto, apela a la búsqueda de su propia identificación.

Los travestis, las prostitutas y los delincuentes, existen. Son parte de esa realidad que juzgamos externa y que, probablemente, muchos no quisiéramos ver y que, al ser materializados en el lenguaje, aparece con la fuerza de lo innegable provocando la ira de aquellos que creen tener en sus manos el derecho de ser y hacer cultura.

### **III.2.2 DEPORTES**

El deporte, principalmente, el fútbol, lleva el apelativo de *ser pasión de multitudes*.

Michelet afirmaba que además de enseñar a leer, es preciso hacerles desear leer. “*La Cuarta*”, parece buscar el modo de ayudar a que su lector desee leer sus noticias, incluso, para que lea todo el diario. Es por esto se los colores abundan, las letras son grandes y espaciadas, pues, como indica Barbero, supone *lectores para quien leer es un esfuerzo*. O como señala Monsiváis, es una invitación a *leer pero sin darse cuenta que se está leyendo*. Por lo tanto, algo similar a lo descrito con la crónica roja sucede en la sección de deporte, especialmente con el fútbol, donde cada

partido es una historia por contar, un relato que narrar. Por algo se habla, tanto en radio como en televisión, de relatores deportivos.

Las voces que se escuchan semanalmente en nuestro país, son verdaderos juglares, pues buscan transmitir con la potencia y fuerza de su narración lo que ocurre en la cancha. No es tan importante definir lo qué es una buena o mala jugada, utilizando términos técnicos, sino más bien el transmitir esa emoción, al público, a través de las acciones de los jugadores. Se debe tener en cuenta de que le hablamos a alguien que no está en el estadio sufriendo y o disfrutando el partido.

Esta operación, que nos parece tan contemporánea, se asemeja al trabajo de los maestros pre-socráticos, quienes no explicaban qué era el valor, sino que narraban las acciones de Aquiles.

Este ejercicio que se vuelve más dramático en la radio, conserva características similares en el periodismo deportivo del que da cuenta "*La Cuarta*", donde los periodistas construyen verdaderas historias con los partidos, donde, al igual que en la crónica roja, los jugadores son personajes, que deambulan por el relato tomando vida propia.

Al igual que con los crímenes no interesa tanto qué pasó sino como pasó. Sabemos que un equipo le ganó a otro, y que esto pudo ser el resultado de un mejor trabajo de los jugadores y del técnico. El lector de "*La Cuarta*" bien puede haberse

formado de lo anterior a través de otros medios como la televisión o la radio. Tal vez por esto sea tan importante para “*La Cuarta*” resaltar mucho pequeños detalles, construyendo verdaderas historias.

Tomemos como ejemplo, una noticia aparecida en la página 11 de “*La Cuarta*”, del domingo 14 de Marzo de 1999:

*Sigue líder, luego de 3-2 a La Serena*  
**EL “CHAGO” LOGRÓ UNA DRAMÁTICA VICTORIA**

*El “Chaguito” Morning demostró anoche que es de verdad y venció por 3 a 2 a La Serena en el estadio La Portada, después de haber ido en desventaja de dos a cero.*

*Con esta victoria, el cuadro “bohemio” completó nueve puntos y, sea cual sea el resultado que los pirulos consigan esta tarde, seguirán como líderes del campeonato.*

*La cosa estaba fea para el elenco autobusero, luego que los “papayeros” se pusieran en ventaja de 2 a 0, con anotaciones Felipe Flores a los 16 minutos y de Carlos Guirland, a los 19.*

*Pero el “Chago” contó con dos hombres fundamentales: el delantero Fernando Martel, que las hizo todas, y el arquero Carlos Tejas, que atajó hasta las intenciones.*

*El propio Martel anotó el primer descuento, a poco de haber entrado a la cancha, y minutos más tarde Palacios establecía la paridad a dos pepinos.*

*Pero quedaba más. Cuando restaban escasos minutos, Francis Ferrero anotó el golcito que significaría la victoria “bohemía”, dejando con el caracho de este porte a los hinchas “papayeros”, que pensaban que los puntos se quedaban en cazona, y más aún, luego que llegaran a estar en cómoda ventaja. Asistieron aproximadamente 3 mil espectadores, y echó al saco Carlos Robles.*

Si bien no encontramos aquí las descripciones precisas y dramáticas de los relatores radiales o televisivos si vemos que el énfasis está puesto en la acción del relato, no se quiere decir con esto que “*La Cuarta*” intente subrayar las jugadas sino que, mediante la contextualización del partido y fundamentalmente, de la situación en la que se enfrentaba Santiago Morning a La Serena, el matutino le concede la importancia fundamental a quien es el auténtico protagonista de esta historia: el club y no sus jugadores.

El protagonista de un relato deportivo es el club. La idea de colectividad es la que prima por sobre el jugador, pues permite el encuentro comunitario del cual habla

Monsiváis. El deporte permite la catarsis, la descarga de las ingratitudes de la vida, tal como lo hace la risa. De ahí la importancia que le dan aquellos medios destinados para sectores populares, que desean ser expertos en lo pueden lograr serlo, donde no necesitan de estudios.

Desde ese punto de vista es posible proponer que “*La Cuarta*” recupera la idea de narración no sólo al privilegiar la acción como ocurre especialmente, con los hechos de sangre, sino que también lo hace desde el punto de vista de la estructura dramática.

Los dos primeros párrafos no escapan a la estructura de una noticia tradicional. Sin embargo, ya en el tercero empieza a aparecer la estructura narrativa que mencionábamos anteriormente.

Al escribir, que *la cosa estaba asaz de fea*, el periodista nos inscribe inmediatamente en el conflicto del protagonista, Santiago Morning, que no es otro que el de verse enfrentado a la derrota.

Lentamente nos va mostrar la solución de este al señalar los goles que marcaron el empate y que, de algún modo, nivelaron la situación.

Sin embargo, el conflicto no se resuelve hasta el último párrafo donde aparece narrado el gol de la victoria a cargo de Francis Ferrero. No es sino hasta este punto

que el protagonista de la historia, Santiago Morning, recupera su situación inicial y consigue obtener lo que había buscado una vez iniciado el relato: la victoria.

Las mismas características expresadas anteriormente se pueden encontrar en la noticia aparecida en la sección de deportes el domingo tres de Octubre de 1999 en “*La Cuarta*”.

***En Santiago tratará de rehabilitarse del maldito vicio  
OSCAR DAZA RECONOCIO CONDORO***

*Con la cara llena de vergüenza, Oscar Daza, delantero de Deportes Iquique, reconoció su nueva caída al pichicateo de la cocaína, que vuelve a dañar su carrera futbolística y de paso, le trae más dolores de cráneo a la dirigencia de los “dragones” celestes, que en la última década han enfrentado varios atados de dopaje de sus peloteros.*

*‘No me queda más que pedir disculpas a la hinchada, al director técnico, señor Arrué, y a mis compañeros por este nuevo condoro que me mande. Y no sé si vale la pena decir que volveré a intentar reconstruir mi carrera’, señaló Daza, al borde de caer en un mar de lágrimas, consultado por la prensa.*

*La situación del delantero iquiqueño no es nueva en el club. Pese a que se le creía rehabilitado a sus veinticinco años del letal vicio, Daza tuvo siempre atados por su adicción al maldito polvo blanco.*

*Incluso, esta era otra oportunidad que Iquique le estaba dando, y Miguel Angel Arrué aceptó tenerlo en el equipo gracias a un compromiso del pelotero de que nunca más se iba a pichicatear.*

*Más allá de la sanción que le caerá encima, de a lo menos 3 meses sin jugar, Daza prometió que viajará a la capital a hablar con el 'Doc' Orozco, jefe y matasanos de la 'U', para pedir ayuda, y así iniciar otro proceso de rehabilitación.*

*Ojalá para 'sanarme de una vez por todas', señaló el jugador.*

Nuevamente nos encontramos con la melodramatización de la noticia, y dentro de ella un elemento novedoso: la condena. No al hombre pero sí a su vicio. “*La Cuarta*” dramatiza al máximo el dolor de Daza para presentarnos ese mundo dicotómico de la matriz simbólico dramática: él desea ser perdonado pero casi asume estar condenado a ser un drogadicto.

El diario asume una postura imparcial frente a la situación del jugador: no lo condena ni lo disculpa, esa tarea se la entrega al lector. Sin embargo, sí condena a alguien al referirse a la cocaína como el *maldito polvo blanco*. Así, pensamos que su intención es construir una realidad en la interpretación sea que la droga es negativa.

Cabe destacar finalmente que “*La Cuarta*” concede importancia a los clubs de barrio, de las diferentes comunas de Santiago, Así, “*La Cuarta*” cumple con el ser

vocero del barrio, donde fluyen las relaciones de familia, de vecinos, que delinean con fuerza parte de la identidad de un sujeto. Pues sólo ahí puede ser él mismo y escapar de la homogeneidad a la que apela la sociedad de consumo. En un contexto donde los grandes eventos de expresión masiva han desaparecido, el fútbol y las barras permiten el encuentro de la comunidad y le dan la posibilidad de tomar partido. Que en definitiva significa sentirse parte de. Esto se realiza a través del espacio, Con la Barra del Barrio.

### **III.2.3. BOHEMIA SANTIAGUINA**

Es difícil que un medio logre representar los múltiples conflictos y sujetos populares. Los sectores sociales se han hecho más heterogéneos, por lo que la dificultad para que ellos se agrupen en búsqueda de sus demandas ha minado sobre la fuerza de las organizaciones sociales del país. De ahí la dificultad para indicar cuál es el sujeto o los sujetos que son representados por “*La Cuarta*”. Pero con lo anterior, hemos podido descubrir cómo aquellos sujetos *no representados* y *relegados* del discurso político de la teoría marxista aparecen para dar vida a su particular realidad. Caso especial es el de la bohemia santiaguina, ya que al ser esta una forma de expresión cultural, puede ser criticada como nociva para la cultura del país, como residuo de malas costumbres y mal gusto.

“*La Cuarta*”, que se define como popular, necesita de ese carácter diferenciador. Qué sentido tendría que “*La Cuarta*” destacara la temporada lírica del Teatro Municipal o las exposiciones del Museo de Bellas Artes, si las personas a las

cuales va dirigido el diario no reconocen esa realidad como existente puesto que en su devenir esta no se materializa.

No se pretende afirmar con esto que los lectores de "*La Cuarta*" sean personas de segundo orden, sino que ellos construyen o, mejor dicho, aceptan lo real desde una perspectiva diametralmente distinta a la utilizan los lectores de los otros diarios. No hay personas mejores o peores ni realidades buenas o malas, hay seres lingüísticos distintos y realidades distintas y es, de fundamental importancia, tener esto claro antes de adentrarse en la sección de espectáculos de "*La Cuarta*", la cual se aleja de todos los convencionalismos existentes en nuestro país.

Las vedettes son un lugar común en las últimas páginas de "*La Cuarta*", es decir, son un sujeto de la marginalidad que pasan a tener representación. En la sección que el diario dedica al mundo del espectáculo, denominada *LA CUARTA ESPECTACULAR*, es frecuente encontrar el nombre de la vedette Tatiana Merino. Desconocida para muchos, "*La Cuarta*" es sin lugar a dudas el único diario que da a conocer su trabajo.

El matutino constantemente anuncia los shows en los que se presenta la estrella y proporciona constantes informaciones acerca de sus actividades, entre las que destaca esta publicada el 25 de Junio de 1999.

*“Tatiana Merino y su hermana Mireya, junto a un grupo de humoristas-Chicho Azúa, Guillermo Bruce y Jimmy Gutti-acaban de grabar, con la productora de Oscar Giofroy, una serie de humor. Esta es una sátira a los comandos de guerra. Supimos que en la pomada la Tatiana sale con un vestido súper ajustado, donde se puede apreciar su tremenda anatomía. El proyecto está siendo evaluado en un canal grande”*

A nuestro juicio, la melodramatización da pie a que el sujeto entre en el texto, y que por tanto, busque su identificación. De ahí que creamos que *“La Cuarta”* sí representa a lo popular en la medida que permite que amplios sectores de nuestra sociedad se lean en el diario. Pues, si para alguien dar cuenta de los espacios en que actúan y se desarrollan los conflictos de sujetos marginados por la sociedad, bien puede tratarse de que en su realidad estos no existían y al ser nombrados por un diario provoque rechazo. Para otros, partícipes de esos conflictos, les permita verse a sí mismos cómo parte de nuestro país, que antes los negaba en su discurso. Para el sujeto popular, significa demostrarle al resto, vengarse de su negación y decirle: *¡Sí, mírenme, existo! Ya no pueden negarme.*

Las vedettes existen y para los sectores populares están en el lenguaje, por lo tanto son reconocidas y su aparición, no los sorprende. Incluso, les puede entusiasmar el que sus convenciones sean tomadas en cuenta a la hora de informar.

*“La Cuarta”* materializa en el lenguaje aquello que otros no manifiestan.

Del mismo modo que da cuenta de la actividad de las vedettes también lo hace de las labores que realizan los cantantes populares nacionales que no tienen un espacio en la televisión, ejemplifiquemos esto con otra noticia extraída del mismo ejemplar del 25 de Junio de 1999:

*Manolo “Lágrima” Alfaro, después de años de ausencia, a raíz de un grave accidente- se le cayó uno de los bailarines travestis del Circo Timoteo encima-, volvió a las pistas. El pequeño gigante de la canción romanticona se presentará mañana sábado junto a Paul Torres y Guillermo Alfredo en Quillota. Este espectáculo denominado ‘Tres voces para un bolero’, lo presentarán también en Coquimbo y La Tirana”.*

Al igual que con las vedettes, la aparición de este tipo de cantantes se inserta en el deseo de construir la realidad de los sectores populares, que es el público al que va destinado el diario.

Ahora bien, hay en esta información un elemento que destaca: la mención de los bailarines travestis del circo Timoteo. Otro sujeto relegado del discurso oficial en búsqueda de representación. Y el incluir en las noticias cualquier aspecto de la sexualidad le da a “*La Cuarta*” la posibilidad de constituirse como un referente distinto, que si bien no adopta una posición de adversario contra los que *andan con corbata*, en palabras del propio medio, sí le permiten diferenciarse de sus pares, y de

dar un elemento de irreverencia que los sujetos populares necesitan para vivir en un mundo en el que ellos son los *dejados de la mano de Dios*.

El mundo homosexual se menciona frecuentemente en el diario popular, el 2 de marzo de 1999, La Cuarta tituló de la siguiente forma:

***Hay un tercer pervertido que está con angustia...***  
***MATAN A HOMO POR CONTAGIAR EL SIDA***

La homosexualidad constituye parte de nuestro país. Sin embargo, correspondería parte de *lo popular* reprimido, pues recibe una condena ética. La cultura popular, más cercana a la oralidad que al escrito, necesita la presentación del mundo dicotómico, la posibilidad de distinguir al bueno del malo con claridad, alejándose de conceptos abstractos. El referirse a los homosexuales, al incluirlos en su relato pero condenándolos al mismo tiempo, demuestra que aún ellos constituyen parte de la marginalidad, que no es aceptada por quienes no son parte de esa realidad.

En una emisión del programa de Tati Pena, un grupo de travestis se quejó por la forma en que eran presentados por el periódico. Uno de ellos arguyó que siempre aparecían vinculados a crímenes y hechos de sangre.

Creemos que la realidad que construye “*La Cuarta*” es UN tipo de realidad en relación a los travestis y no LA realidad de estos, ya que no es el tipo de realidad que ellos asumen como propia, si volvemos al titular nos daremos cuenta del porque de

esta situación. En este sentido, no representa la visión que tienen de sí mismos estos sujetos, pero sí la visión que tienen muchos sujetos de este grupo.

En el epígrafe de la noticia aparecía el término pervertido para referirse a uno de ellos. Está claro que los travestis no se consideran pervertidos, esta palabra no es un reflejo del consenso en que ellos sitúan su devenir y, por lo tanto, no la reconocen como real.

Ahora bien, retomando el tema del espectáculo, es posible afirmar que ni siquiera a la hora de abordar noticias a fines con otros diarios se alejan de la ontología del lenguaje.

Citemos como ejemplo una noticia que publicó “*La Cuarta*” el viernes 25 de Junio de 1999 y que tituló de la siguiente forma:

### ***DOUGLAS: EL ‘CARIÑO BUENO’ DE LA PRIMERA DAMA***

*En la celebración del Día Internacional de la Mujer, que se realizó hace algún tiempo en el Palacio de La Moneda, quedó claro que una de las grandes admiradoras de Douglas es Martita Larraechea. La Primera Dama, en esa oportunidad cantó -y es bien entonadita- cada uno de los éxitos del popular y romántico cantante.*

*Este simpático hecho, más el arrastre que también tiene entre las hijas del Presidente Frei, llevó al interprete de 'Cariño Malo' a emplumárselas hasta La Moneda e invitar a la Martita a su segundo recital en el restorán 'Estudio Gigante'.*

#### **ROSA Y BESO**

*Con la debida anticipación y acompañada de sus hijas-Verónica, Magdalena y Catalina-, llegó de lo más elegante la Martita al restorán temático de calle Catedral para encontrarse con su ídolo. En su rostro, relajado y sonriente, se reflejaba el ánimo de querer pasarlo bien.*

*La Primera Dama, regia como ella sola, hizo vida social de lo lindo: saludó a medio mundo, se sacó fotos a diestra y siniestra, firmó un tremendo lote de autógrafos y comprobó en carne propia el inmenso cariño que por ella siente la gente.*

*Pese a que la acompañaban un equipo de seguridad, se paró -como una mortal más- un par de veces a buscar sus platillos preferidos y comprobamos que le hizo chupete a las ensaladas, las mismas que le ayudan a mantener su excelente y distinguida estampa. Luego se acomodó para ver el show de su 'cariño bueno'.*

*Pasadas las 23 horas, apareció en el escenario -y vestido rigurosamente de negro- el 'príncipe del amor'. Douglas, acompañado de sus virtuosos músicos, presentó un show macizo. El interprete hizo gala de su buena voz, su fuerza interpretativa y también sus dotes histriónicas, entre los gritos y aplausos de sus*

*seguidoras y también de los famosos que repletaban el lugar. Observamos, llenos de buena onda, a Margot Kahl, Claudia Miranda, Denisse Campos y Ernesto Belloni, entre otros.*

*Uno de los momentos altos de la jornada fue cuando Douglas, mientras cantaba 'Sigo Romántico' se acercó a la mesa de la Martita y le regaló una rosa. Ella, toda cocoroca, le correspondió con un beso el gesto recibió el aplauso de todos.*

*Una vez concluido el show la Primera Dama confesó a "La Cuarta" sentirse feliz: 'Es un joven con mucho talento y del gusto de todos, en especial de las mujeres. Estoy muy contenta con su gesto y todo muy bonito. Douglas es un gran artista y tiene un gran futuro por delante'.*

*Entre aplausos, la Martita se retiró de 'Estudio Gigante', abordó junto a sus hijas el auto que la transportaba y se fue a casa. Seguramente, llegó ahogada a Palacio a contárselo-todo-todo-todo a Don Eduardo. Y quizás cantar al oído del Presidente que 'sigo romántica'...*

Lo anterior, parece demostrar que "La Cuarta" no quiere pelearse con la oficialidad. Incluso, pareciera buscar un entendimiento entre ambas parte. Asume que personajes de la importancia de la primera dama parecen ser irreales para aquellos que no tienen poder político ni económico. A nuestro juicio, la presenta como un personaje no muy distinto a una mujer común, que debe buscar un plato por sus propias manos (no tiene un sirviente que provoque envidias), escucha música que

llaman popular, y “copunchentea” y “regalonea” con su marido como cualquier mujer.

A lo anterior, agregamos un elemento que puede resultar más atractivo aún. Hemos visto que la importancia que le da el diario al elemento sexual como parte de la vida cotidiana. Así se deja traslucir su matriz simbólico-dramática en que los espacios representados constituyen parte de lo privado y de la vida cotidiana. Pero lo relevante de esta noticia es que la oficialidad es tocada en aquello máspreciado: su privacidad.

Sin embargo, esta privacidad queda en el ámbito de la fantasía y de la imaginación. Eso que para Edgar Morin constituye la verdadera mediación, es decir, la función del medio y que cumple cada día la cultura de masa: la comunicación de lo real y lo imaginario. Rasgo que puede tener todo medio, pero en el caso de aquellos influenciados por el melodrama, se convierte en una fusión de la realidad y la fantasía. Así, en el lenguaje descubrimos que Martita es un ser viviente, que canta, ama y disfruta su vida. Incluso, se preocupa de su belleza. Es decir, es como cualquier mujer, pero que a su vez se convierte en lo que cualquier mujer sueña con ser. La noticia, a nuestro parecer, se acerca a un cuento que nos invita a soñar con ser aquella princesa que tiene algo de nosotros.

Así, “*La Cuarta*” cumpliría su compromiso: ser vocero del pueblo, pero también con su compromiso de intentar *acortar las distancias entre ellos* (“los de

arriba” y “los de abajo”) y *borrar las distancias que*, a su juicio, *hacen daño a la patria*.

Por último, queremos dar cuenta del tema político en “*La Cuarta*”, temática que constituye el pilar de los diarios cuya matriz racional iluminista, pero que en el caso de este medio, apegado a la matriz simbólico-dramática y por tanto, sensacionalista, lo trata de una manera tal que evita cualquier alineamiento político.

Ya no se hablará de EL sujeto popular sino de una heterogeneidad en el ámbito de *lo popular*, la cual también corresponde a la ontología del lenguaje, al abordar *lo popular* en el lenguaje y construyendo su realidad no a partir de él sino que en él.

*Esta nueva concepción de lo popular* queda claramente establecida en la editorial de “*La Cuarta*” del día 13 de Noviembre de 1984, ocasión en la que, por primera vez, apareció el mencionado periódico.

Está claro que dentro de esta nueva visión de lo popular se instala “*La Cuarta*” especialmente en la forma en que aborda las noticias de carácter político y, sobre todo, del tratamiento de las informaciones que tengan relación con los gremios y sindicatos.

En este tipo de noticias lo que importa es destacar los problemas de los trabajadores, en su totalidad, no en cuanto a sujetos obreros-oprimidos enfrentados a la clase burguesa-dominante, al mismo tiempo destaca las labores sociales que estos realizan, destacando la iniciativa de las campañas de apoyo que se han creado. Para esto, más que buscar la voz de la oficialidad, sus principales fuentes lo constituyen los trabajadores del área pública. Vemos una noticia del 21 de marzo de 1999, como ejemplo de lo anterior, y la importancia que cobran como fuentes recurrentes los trabajadores:

*Algunos se resignan a gastar más y otros les sacan telarañas a las bicis*  
**BARRA POP ESTA INFLAMADA POR EL TREMENDO ALZA DE COMBUSTIBLES**

*Como un balde de agua fría para su ya escuálido presupuesto le cayó a la barra pop del anuncio de la Empresa Nacional de Petróleo (Enap), de subir entre 10 y 13 piticlínes el precio de los combustibles a partir de mañana.*

*En una rápida encuesta efectuada ayer por La Cuarta en algunos servicentros de Ciudad Gótica, se pudo comprobar que existe indignación por parte de los conductores, ante esta cotota alza, comparable a la que se dejó caer en el año 95.*

*“No me parece bien caballero, debería mantenerse la actual tarifa por más tiempo, un par de meses por lo menos, son 10 pesos que encuentro demasiado y al final se sienten bastante, dijo afligido Sergio Duarte, chofer de la muni de Santiago, preocupado de cuidarle las chauchas de su colorín alcalde.*

*Para Jaime, que no quiso dar su apellido y que aprovechó de llenar el estanque e su súper colectivo, la resignación es el mejor consuelo.*

*“Está dentro de lo normal, pienso yo, es algo lógico que todo suba, afecta el presupuesto, obviamente, pero hay que buscar la estabilidad económica no más, los contribuyentes tenemos que ayudar a estabilizar un poco la economía”, añadió con cara de ser yunta de Eduardo Aninat.*

*“Esto está pésimo, realmente pésimo, me afecta ene, imagínese señor que una llenada de estanque me sale nueve lucas” piteó Orlando Tirraferrio, quien antes de poner bencina y a bordo de su moderno bólido, le pegó una miradita a las listas de precios de las estaciones de las estaciones de servicio ubicadas Vicuña Mackena, para, por lo menos retener en su retina por 24 horas los antiguos valores que mañana pasarán a la historia.*

*Unos metros más allá, Jorge González (Nada que ver con el de los Prisioneros) junto a sus hijas, después de abastecer a su tocomochó explicó (...)*

*En el sector destinado a la venta de petróleo diesel y antes de que la mayoría de las bencineras, como ya es habitual, reajusten sus precios mucho antes de la hora oficial, José, chofer de un camión de una empresa gráfica aprovechó de dejar el estanque más lleno que micro a las 6 de la tarde.*

*“Yo no entiendo nada de esta alza de combustibles, pero es malo, no tengo auto, soy sólo chofer no más, lo bueno aquí es que la empresa paga”, añadió con tono vivaracho.*

*Dádoselas de cargado al tellebi, Enrique, a secas, señaló: Mire, señor, es claro, el que no tenga plata, es mejor que se baje del auto y ande en micro no más, lo malo es que con esto sube también la mayoría de las cosas por la cuestión de los fletes”.*

*Así como está la cosaca, muchos optarán mañana por dejar sus toco mochos en casita, tomar el metro, las microlías, el taxi por los más palo grueso, o por último partirán en bicicleta a sus respectivas peguitas, aunque algunos precavidos ya comenzaron a llenar sus estanques desde ayer.*

Sobre esta noticia no hay más información en el diario. No se recurre a fuentes de Enap. Por tanto, las únicas fuentes consultadas son los propios afectados. La encuesta parece abarcar diferentes opiniones, para dejar en claro que las opiniones son múltiples, y que “La Cuarta” no se abanderiza con ninguna.

¿Es la resignación la única posibilidad que le queda al trabajador frente a este tipo de hechos? “La Cuarta” no da respuesta.

Alejada de la teoría marxista, el periódico no incita a ningún tipo de acción en contra de otros sectores de la sociedad e incluso final del relato invita a imaginar el

día siguiente con los protagonistas asumiendo el hecho. “*La Cuarta*” pareciera mostrar un mundo en que si bien algunos (*los de escuálido presupuesto*) sufren por las decisiones de quienes tiene el poder político, se obvia cualquier búsqueda de responsables que inciten al lector a tomar represalias. Así, a nuestro juicio, se cumpliría aquella afirmación de su primera editorial que dice que no le buscarán *el odio y la bronca a “los de arriba”*, y nos permite afirmar que en lenguaje “*La Cuarta*” construyen una realidad en que hay sujetos distintos, pero que no se constituyen en oposición, es decir, en opuestos. De ser opuestos, podrían ser opuestos complementarios, pero el diario parece buscar borrar esta noción de opuestos como enemigos. Cuando se les denomina *dejados de la mano de Dios*, pareciera que cualquier injusticia para “*La Cuarta*” significará un hecho del destino, de un orden que es así por que es así, y no hay que buscar más explicaciones que esa.

De la anterior noticia también podemos destacar la importancia de recrear el espacio de las fuentes, sus sentimientos, sus características evidentes pero también colocándolos en un lado del conflicto. Es decir, no se trata de que “*La Cuarta*” no presente las diferencias evidentes entre los distintos sujetos de una sociedad, pero ella no quiere señalar quien es el bueno de los dos. Más bien se acerca a la siguiente sentencia: *ahí están todas las herramientas para que USTED juzgue, pues tratándose de un tema político, yo opto por la estrategia de tomar la actitud que usted quiera que tome*. Esa es la posibilidad que entrega: EL no tomar partido. Tal vez por esto, el lector, al asumir su postura, afirmando, por ejemplo: *el tipo de nombre Enrique es un desgraciado por pensar así*, pueda llegar a pensar que “*La Cuarta*” también lo cree

así, pues ella misma lo describe como alguien que cree estar cargado al *tellebi* (dinero). Pero esto no necesariamente significa una postura, más bien creemos que con esta forma de relatar los hechos, “*La Cuarta*” busca la identificación del mundo popular, que podrá hacer la lectura anterior, pero que en ningún caso es significará postura explícita, porque entraría en el ámbito de la discordia y el conflicto nacional.

En cuanto al uso de palabras, encontramos nuevamente la importancia de la matriz simbólico-dramática, pues, al utilizar la palabra *tellebi*, realiza un juego con la palabra (que tiene el nombre de *vesrre*, es decir, revés, como por ejemplo, el *rati*), le altera el orden.

Si bien, este tipo de informaciones relacionadas con los trabajadores no aparecen siempre ligadas a gremios o sindicatos, sí se le concede vital importancia a las labores solidarias que realizan pobladores de las comunas de Santiago.

Tomemos como ejemplo de la cobertura que realiza “*La Cuarta*”, respecto de los problemas de los trabajadores, una noticia aparecida en el periódico el domingo 14 de Marzo de 1999:

**Manejos chuecos en pago de fletes**

***CAMIONEROS ANDAN SALTONES POR FALTA DE PLATA PARA CALILLAS***

*El conductor gremial de la Confederación Nacional de Dueños de Camiones, Valericio Maturana, afirmó que los sociates de la entidad apenas se la pueden para*

*acarrear el lote de calillas que los tienen con el agua al cuello. El dirigente tocó la bocina, alertando a los camioneros frente a algunos manejos chuecos, como es que los generadores de carga paguen fletes por debajo de lo que corresponde.*

*Indicó que otra de las causas del endudamiento es la falta de pega y las consecuencias negras de la crisis económica. Agregó que el gremio vive una peluda situación por la morosidad en la cancelación de las calillas. Respecto de los generadores de carga, Maturana señaló que estos sacan las castañas con la mano del gato, aprovechándose de que los camiones hacen nata en todo el país, y que nadie discute la sobredimensión del parque vehicular en el sector del rodado.*

*Dijo que a ese panorama se acopla la recesión que afecta a Chilito y reconoció que marchan lentejas los pagos de sus compromisos de billete.*

*Planteó que ‘muchos de nuestro afiliados están metidos en una trampa porque tienen que comer mientras le quitan el camión o le rematan sus pertenencias’.*

*Adelantó que al menos un 70 por ciento de los transportistas no está al día en el pago de las deudas o las están cancelando a medias o abonando de a gotas. Esto comprende ligarse en forma irregular con los leasing: se les soluciona el problema a medias o bien se les dan con la puerta en las narices. ‘Se está haciendo una selección de a quien favorecemos o a quien ayudamos y a quien no. Estimo que respecto a esto, la situación no es grave porque los leasing ya no tienen donde meter más camiones.*

*Si quisieran quitarlos todos por la morosidad, no tendrían donde poder aparcarlos', remachó.*

Esta claro que en la información antes presentada no hay una perspectiva marxista de lo popular, es decir: obreros versus burguesía. Lo que encontramos en la noticia es la exposición de los problemas de los camioneros, no hay términos descalificadores de los empresarios y se basa en las declaraciones del dirigente Valericio Maturana.

El querer ser vocero de los sectores populares y construir en el lenguaje la realidad de los trabajadores en huelga podría interpretar como necesario el criticar duramente al sector empresarial y utilizar términos que reflejaran el sentimiento de los obreros. Sin embargo, “*La Cuarta*” se constituye como un diario que evitará la política, pero al generarse en el lenguaje, el lector puede interpretar según su propia realidad. Es decir, lo que no es política ni posición para “*La Cuarta*” bien puede serlo para sus lectores.

Además, a lo que podría ser un intento de despolitización del diario, y que puede escandalizar a la izquierda, Barbero les recuerda que fue la propia izquierda, a través del marxismo, la que provocó la despolitización por concebir a la vida de manera tan simplista y maniquea.

Analicemos una noticia aparecida el miércoles 31 de Marzo en el periódico, la cual hace referencia a las primarias.

**CONCERTA A PUROS DESPRECIOS POR PUBLICIDAD DEL “CHICO” Y “DEDOMAN”**

*Mientras los candidatos presidenciales de la concerta, Ricardo Lagos y Andrés Zaldívar, le bajaban el perfil al atado de la propaganda política pagada para las primarias del 30 de Mayo, el jefe de campaña de la DC, Jaime Ravinet, igual le dio como bombo en fiesta al asunto que tiene agarrándose de las mechas a ambos comandos.*

*El “Chico” señaló que a él no le corresponde pronunciarse sobre las denuncias de que sus chicos gastaron 50 millones en publicidad en diarios y revistas porque ‘es un tema de comandos y no de candidatos’.*

*Igual agregó que la situación se aclarará en la próxima reunión de sus capos de campaña con el coordinador de la Comisión Nacional Organizadora de Primarias, Pepe Auth.*

*A este último Ravinet trató de ‘mal educado, pues a través de la prensa me convocó a darle una explicación sobre el caso’, piteó el alcalde señalando que los ‘laguistas’ le están dando demasiado color al cuento porque cuando ‘Dedoman’ sacó su libro nadie de la DC gritó por la propaganda que hizo.*

*Zaldívar enfatizó que él está en la onda de darle simpatía a su campaña y por eso se reunió con el dibujante Gabriel Donoso, de Renca City, quien le regaló 46 caricaturas del candidato en distintas paradas.*

*En una de ellas aparece con la banda presidencial, y a su lado, Lagos y Lavín llorando. 'Este es el cuadro que más me gusta', dijo Zaldívar.*

### ***Don Richi***

*Por su litro, el hombre PS-PPD le dio filo a esta historia y sólo se limitó a decir que prefiere 'una campaña alegre con Bororo y Pablo Domínguez y estamos haciendo un esfuerzo por plantear un Chile que es posible construir', tras recibir a ambos pintores top- ten en su oficina de la Fundación Chile XXI.*

*Los artistas se volvieron locos tirando brochazos con la idea del abanderado ñurdeli de colocar la cultura como tema central de su programa a la hora de ocupar el sillón presidencial y ponerse a apuntar.*

*Ambos artistas coincidieron en que la actividad cultural de Chilito, es más fome que choque de globos y que tienen confianza en que el candidato podrá reactivarla.*

*En tanto, Don Richi se pegó la mansa quebrada con los muñecos de brochas luego que estos se paletearan con dos pinturas de cinco metros de largo por uno y medio de ancho.*

*El presidenciable, con aires de Leonardo da Vinci sostuvo que un aporte de este tipo a la campaña es la imagen de lo que se quiere proyectar, de la Jaguarlandia que queremos. Agregó que poner a la cultura chilensis como prioridad es bueno en términos de cómo se sueña un país.*

En la noticia, “*La Cuarta*” pareciera buscar el ser neutral, sin embargo, es posible hacer una lectura distinta, al entender el término *Jaguarlandia* como una ironía implícita que ridiculiza la idea de Chile como un país económicamente poderoso. Así, “*La Cuarta*”, que evita el enfrentamiento, se permite la irreverencia e incorpora, esa pequeña venganza de aquellos que sienten que el jaguar sólo les ha dado zarpazos. Es el lujo de la ironía que antes señalábamos, que en este caso, escapa de la interpretación literal y da pie a la interpretación del lector.

#### IV. LOS LECTORES DE LA CUARTA

Los periódicos han tenido, a través de los años, una gran incidencia en la vida de todos los integrantes de la sociedad chilena, debido a que orientan, informan, educan y entretienen a los lectores. Ellos han sido parte importante de la política, de la cultura y del progreso del país.

El diario “*La Cuarta*” no es la excepción a la regla. Pero, esta publicación que se denomina así misma “*el diario popular*” y que posee un carácter fundamentalmente sensacionalista, se ha planteado una meta que, hoy más que nunca, parece difícil de alcanzar, y que es: *convertirse en un medio de expresión de los sectores populares de nuestro país*, lo que implica tener que representar una multiplicidad de sujetos, conflictos y espacios de una realidad más compleja de la que abarcaban los periódicos de la primera mitad del siglo XX, ya que los individuos cada vez formalizan más sus relaciones sociales en grupos de actividad colectiva segmentada.

“*La Cuarta*” es importante para el periodismo y para la comunidad no sólo porque a través de ella se puede representar a las personas comunes y corrientes y los conflictos cotidianos, sino que además, porque genera espacios de denuncia y crítica social; lo cual es un gran logro para la prensa y especialmente para los ciudadanos, ya que de esta manera, el diario se convierte en un canal de libre expresión para hacer

valer los derechos individuales y grupales sin censuras, lo cual, en la época anterior era un campo restringido para las quienes no tenían influencias políticas ni económicas.

Además, este periódico incorpora nuevos elementos de representación popular y que son percibidos por los lectores como mecanismos de integración de los grupos socioeconómicos de escasos recursos.

Todos las publicaciones, tanto de Chile como del mundo, tienen su razón de existir en los lectores potenciales, por lo que deben esmerarse por ampliar su discurso y así, llegar a más personas dentro de la comunidad. Este es uno de los objetivos de “*La Cuarta*”, y para conseguirlo adoptó una estrategia despolitizada para así, no marginar a ningún individuo ni grupo. Aquí todos tienen cabida.

Las empresas periodísticas crean los diarios con el fin de difundir cultura, informar y entretener. Sin embargo, la importancia fundamental de los medios de comunicación de masas radica en la influencia que éstos ejercen en los receptores de su mensaje periodístico, a través de las distintas perspectivas de realidad que crean en el discurso, el cual necesita a su vez, adaptarse a las necesidades de su público.

Como los lectores son importantes para la existencia de cualquier publicación, nace la inquietud de descubrir que representa el diario “*La Cuarta*” para sus lectores, esto a través de apreciaciones personales. Pero, aunque esto es un gran

desafío, se pretende ahondar más en el tema para así poder descubrir si este diario, tal como lo indica su slogan, es realmente el diario popular para quienes reciben el discurso periodístico propuesto por “*La Cuarta*”.

Debido a estas razones, se ha señalado la importancia de la interpretación como acercamiento a la realidad, la cual incluso, puede llegar a generarla. Por tanto, si en los capítulos anteriores se dio a conocer la convención popular desarrollada en el lenguaje del diario, también es indispensable conocer de manera empírica la convención que tienen los propios individuos que leen el diario a cerca de éste.

A nuestra anterior preocupación, se suma la necesidad de conocer la recepción de los consumidores de medios de comunicación masiva para encontrar la apropiación que realizan de ellos los diversos sujetos populares. En este caso, reconocer cómo los lectores hacen suyo el diario “*La Cuarta*” y, como lo señalaría Barbero, averiguar el modo en que *lo popular* recicla lo masivo.

Se cree que el descubrir la matriz simbólico-dramática de los diarios sensacionalistas ayuda a un mayor grado de identificación por parte de los sujetos populares, por lo que es necesario averiguar en que medida ésta influye en el caso de los lectores del diario popular.

Por último, es necesario preguntarse si esa despolitización que parece buscar “*La Cuarta*” es reconocida como tal por sus lectores.

Para responder a todas estas interrogantes, se realizó una serie de entrevistas a los lectores del diario “La Cuarta”, que residen en la comuna de La Florida, y que pertenecen al estrato socioeconómico D, en donde, según fuentes del Departamento de Estudios Sociológicos de la Pontificia Universidad Católica de Chile (DESUC), existe la mayor concentración de lectores habituales de este diario.

.....Nos encontramos en el paradero 25 de Avenida Vicuña Mackena, con nuestras grabadoras en mano, además de un lápiz y un block de apuntes de refuerzo en el bolso, mientras nos aventuramos en la búsqueda de los lectores del periódico “*La Cuarta*”, dentro del Gran Santiago.....

Después de mucho caminar, llegamos a la Villa María Elena Sur, donde conversamos con los miembros de la Unidad Vecinal número 30 de La Florida.

La sede comunitaria cuenta con varias habitaciones, pintadas con vistosos colores, destinadas a talleres y actividades recreativas para la gente que vive en el sector. También, hay canchas y áreas verdes para que los vecinos de la villa realicen deportes al aire libre.

Frente al recinto encontramos una plaza para quienes deseen pasear y conversar con los amigos.

Las horas pasan lentamente en este lugar; la tranquilidad y la calma inundan la atmósfera, mientras los socios de la unidad vecinal –en su mayoría adultos y adultos mayores- caminan sin prisa por las inmediaciones esperando que el reloj marque las cinco de la tarde, hora en que comienzan a funcionar los talleres y las actividades culturales, entre ellos, el más concurrido es el taller literario.

Los miembros de esta unidad vecinal comparten amigos, entretención y compañía, pero además disfrutan de un gusto común, el amor por la lectura de los periódicos, pero no de cualquier publicación, sino que ellos comparten su pasión por la lectura cotidiana de *“La Cuarta”*.

La gente lee el diario popular con el fin de entretenerse. Como lo señalamos anteriormente, éste es un aspecto de vital importancia, pues constituye la manera de escapar de un mundo austero, regido por autoridades enérgicas que evitan cualquier noción que implique vulgaridad dentro de la cultura.

La risa es un elemento que actúa contra el miedo y que además, permite la catarsis. No se encuentra dentro de la cultura oficial, seria y ordenada porque le quita la solemnidad que es lo que la diferencia de la cultura popular.

*“La Cuarta”* incorpora todo lo que tiene relación con la burla, las bromas y la ironía, como una manera de acercarse al ciudadano común, que goza con la picardía y con la mezcla de jergas populares del diario. De esta manera, trata de representar a la

gente humilde que disfruta de las cosas simples de la vida, entre ellas, leer un diario divertido.

Cabe destacar, que las personas que están detrás del diario popular y que se esfuerzan por elaborar un escrito que agrade y entretenga al público, coinciden en la importancia de los puntos anteriores para establecer vínculos con los lectores.

A este respecto, Julio Díaz, editor del diario “*La Cuarta*”, nos reveló que el periódico pone énfasis en el aspecto narrativo de las noticias y que, además, muestra especial preocupación por el aspecto humorístico de las informaciones. Se trata como afirma él, *de contar historias y buscar aquellos aspectos que los otros diarios no incluyen y que son imprescindibles para un lector.*

El grupo que trabaja cada día en la elaboración del diario está conciente de que su público busca entretenerse además de informarse, de ahí, que las noticias que día a día publican en el matutino tengan un toque cómico.

La señora Ximena, miembro activo de la Unidad Vecinal número 25 de La Florida, explica que lo que a ella le llama la atención del diario popular son sus entretenidos titulares:

*“Desde la micro miro los quioscos y me fijo en sus titulares, porque me levantan el humor, uno se queda pensando en el título y después lo sigue*

*reflexionando...” (...) “Lo que me gusta es lo divertido, como enfrentan la noticia, pues aunque sea trágica ellos le dan un aspecto divertido, le quitan lo trágico y le aminoran ese lado”.*

Incluso hay personas como la señora Gladys, que en un principio rechazaron el diario por su estilo y formato informal, pero que hoy lo aceptan porque su estampa hace más amena y entretenida la lectura de las noticias, aunque se trate de tragedias.

*“Una vez a la semana mi marido la compra y a mí me gusta. Al principio, cuando recién salió el diario no me gustó, porque salían monas piluchas y no quería que mis niños más chicos las vieran. Pero, con el tiempo me fui dando cuenta que igual las niñas piluchas salen en la televisión. Así que igual las iban a ver... Después, ya uno lo mira con gracia. Yo no tengo nada contra “La Cuarta”, todo lo contrario, creo que es un diario humorístico, que dice las cosas con mucha gracia. Yo lo miro y me río”.*

La gente piensa que se deben abrir espacios para incorporar el humor y la risa a los medios de comunicación masiva porque la vida es demasiado trágica. De esta forma, al mezclar noticia y entretenimiento se hace más agradable la existencia.

Con respecto a este tema, la señora Gladys piensa que “La Cuarta” ayudar a:

*“Que las cosas trágicas de la vida no se tomen tan a pecho, porque si la tomamos muy a pecho... Yo estoy pensando en un mal período... Pero, si no tengo un poco de humor para mirar la vida, de tantos problemas y conflictos desagradables que aparecen en las noticias, me tendría que suicidar”.*

*“Con el diario “La Cuarta” me río, y se lo muestro a mi marido para que disfrute y se ría con las cosas que se ponen en el diario”.*

Se puede pensar que un periódico que *chacotea* con la información no es un medio de comunicación creíble, que la información podría ser inventada. Sin embargo, este juego de risas e ironías que utiliza *“La Cuarta”* la hacen confiable ante el público.

La gente cree que en este diario se cumple el dicho popular: *“entre broma y broma la verdad asoma”*, y consideran a este periódico un importante agente informativo de la comunidad por la veracidad noticiosa, la cual es entregada por medio de discurso coherente, creíble y además, entretenido.

Según la opinión de la señora Ximena: *“Tanto La Cuarta como El Mercurio son informativos, pero creo que la Cuarta le da más color, más énfasis a la noticia, más sensacionalismo para atraer al público popular. Por eso se ocupa ese lenguaje más atractivo, más irónico y más divertido”.*

También hay personas que leen este periódico porque ahí encuentran todo lo que necesitan en cuanto a información “*La Cuarta informa más sobre todo tipo de temas, más de lo que le interesa a la gente, los accidentes, más detallados*” señala la señora Fresia Cayuqueo, secretaria recepcionista de la sede vecinal.

Pero no sólo los miembros de la unidad número 30 de La Florida leen “*La Cuarta*”, también lo hacen los taxistas y colectiveros del sector, cuyo paradero se encuentra a media cuadra del recinto. Ellos hacen su recorrido de trabajo entre los paraderos 25 y 14 de Vicuña Mackena.

El taxista Bustos nos cuenta que “*Hay un niño que vende diarios en el paradero 14 de La Florida, cerca del Mall Plaza Vespucio, y todos los días nos tira La Cuarta por la ventana y nosotros se la pagamos después. Yo entre vuelta y vuelta me leo el diario, Incluso aveces lo leo en los tacos, y es que es un diario fácil de leer, y aunque las noticias son cortas son buenas. Están bien hechas porque uno las lee y queda al tiro bien informado*”.

Otro aspecto importante para los lectores de “*La Cuarta*” es la representación de los grupos socioeconómicos más pobres, a través de los temas y del lenguaje porque se sienten identificados con él. La gente se siente *tomada en cuenta* y esa es una de las razones que lo lleva a consumir este diario y no otro.

Respecto a la identificación entre la gente y el diario “*La Cuarta*”, la señora Ximena cree que *“su lenguaje es un lenguaje urbano, de aquí, del pueblo. El ciudadano medio se ve reflejado, pero hay otro nivel social, más elevado, que no se siente identificado”* (...) *“En La Cuarta hay copuchitas, comentarios, que se acercan más a la persona. Es más personal, los otros diarios son más fríos. Yo creo que por eso lo compra mi marido, bueno, aparte de los comentarios deportivos”*

La señora Gladys nos cuenta que hay mucha gente en el barrio que lee este matutino *“El caballero de la verdulería compra La Cuarta, el caballero de la botillería compra La Cuarta. ¡Mucha gente compra La Cuarta!. Esto se debe a que el este diario dice las cosas que pasan todos los días. Es un diario para el pueblo, porque el pueblo está pendiente de lo que pasa en la ciudadanía, lo que pasa en el mundo. Eso sí, que creo que habla de lo mismo que hablan otros diarios, pero de otra forma. Por ejemplo, El Mercurio y La Cuarta dicen lo mismo pero de diferentes maneras, El Mercurio es más pituco para entregar las noticias mientras que La Cuarta tiene otro lenguaje, mucho más popular, en lo que se refiere a la vida cotidiana”*.

La señora Fresia Cayuqueo nos cuenta que *“El papá de los niños compra La Cuarta pero, en la casa de mi mamá, mi hermana no la compra porque la encuentra chacotera, pero no es mala, porque dice las cosas tal como son para todo tipo de clase: alta, media y clase pobre, porque para que estamos con cosas, los ricachones*

*a veces hablan más sucio que la misma gente humilde, más sucio de lo que aparece ahí en el diario.*

*Yo creo que es popular por el precio y porque tiene los modismos que usan los lolos, pero la gente lee La Tercera porque ya se acostumbró a su periodismo. Pero, La Tercera no es como La Tercera de antes, ahora informa para la gente más entendida, en cambio La Cuarta es más popular, porque está más al alcance de el bolsillo y porque las noticias se acercan más a la vida cotidiana.*

*“Los taxistas leemos La Cuarta todos los días”, señala Juan Bustos, “y nos reímos caleta porque las palabras y el vocabulario que usan son entretenidos. Este diario muestra como hablamos nosotros los chilenos, porque todos hablamos así, aunque algunos se hagan los cuicos” (...) “Yo creo que refleja mi realidad porque habla de lo que nos pasa a nosotros, la gente común”.*

Patricio, un amigo de Juan Bustos, y que también es taxista afirma que *“La Cuarta es didáctica, porque usa el lenguaje que se utiliza en todas partes y uno cacha al tiro el mote”.*

No hay dudas que la gente se entretiene con el discurso periodístico de *“La Cuarta”*. Sin embargo, frente al planteamiento de la identificación de la gente con el lenguaje del diario, no hay acuerdo, ya que hay quienes piensan que los periodistas

exageran y llevan el lenguaje popular a límites tan extremos, que no se acerca a la manera común de hablar de los chilenos.

Este es el caso de Miguel, un escritor aficionado que va todos los jueves a la unidad vecinal de La Florida para practicar en el taller literario. *“Yo la leo por casualidad, cuando voy a visitar a mi madre, porque ella la compra todos los días. Pero, no me siento identificado porque no hablo así como habla La Cuarta. Sin embargo, tampoco rechazo ese lenguaje, y curiosamente a mí me gusta el estilo de lenguaje que utiliza el diario por lo entretenido que resulta leer las noticias de esa manera”*.

En cuanto al lenguaje, hay muchos lectores habituales de *“La Cuarta”* que están en desacuerdo. Pero, hay una cosa en la que coinciden, y es que el diario no tiene una tendencia política.

*“Creo que es un diario equitativo, no es un diario de derecha, digámoslo sinceramente. Se nota que no es de esa tendencia. Es un diario popular, no es momio, no pertenece a los diarios de ese estilo”* comenta felizmente Ximena.

Para el escritor aficionado, el objetivo de *“La Cuarta”* no es concientizar *“por eso no tiene una postura política. Su objetivo es vender, por lo que puede ser comprado por personas de derecha, izquierda o centro. Lo compran todos desde*

*comunistas hasta pinochetistas, y es eso lo que le interesa a la empresa periodística”.*

La señora Gladys argumenta: *“vivimos en un mundo en que cada uno lucha por lo de cada uno, y por eso no interesan tanto los temas internacionales de El Mercurio.*

*La Cuarta es un diario que me toca a mí, porque yo soy de izquierda y, por lo tanto no voy a comprar un diario de derecha. Con La Cuarta yo me pongo en mi lugar, en posición política y desde ahí leo lo que a mí me gusta, a través de los diarios que a mí me agradan. Ahora, si hay que ser franca, yo encuentro que La Cuarta es un poquito tiradita para la izquierda, por su manera de encarar las cosas cuando se refieren a Pinochet y lo tira a partir diciendo, por ejemplo, que va a pasar la pascua en el otro lado”.*

El que hecho que el diario popular no muestre posición política alguna es importante para sus lectores.

Las ironías, el *chacoteo* permiten que “La Cuarta” tenga todas las posiciones y, a la vez, ninguna. Pues, mientras la señora Gladys cree que es un diario de izquierda, hay quienes pueden argumentar que es un periódico de derecha, por pertenecer a Copesa.

Para Patricio, uno de los taxistas de La Florida, es “*super bueno que La Cuarta no se inmiscuya en política*”, esto, porque a su juicio, la política es sucia y no haría más que enlodar el nombre del diario, y perdería parte importante de sus lectores.

Es importante destacar, que para los lectores de “*La Cuarta*” el tratamiento de la crónica roja es adecuado, y no morboso ni burlesco como se podría suponer.

“*La sociedad es así, La Cuarta no la exagera*” enfatiza Juan Bustos.

Mientras tanto, a la señora Gladys le parece bien que el diario hable de manera más simpática los temas trágicos, “*yo tengo tantos problemas que reírme de ellos, a través de La Cuarta, es lo único que me ayuda*”.

## CONCLUSIÓN

Tomando en consideración lo expuesto en el trabajo precedente podemos proponer que "*La Cuarta*" sí representa lo popular.

Esta representación de lo popular se realiza en el lenguaje. Y es este elemento donde aflora aquella matriz simbólico-dramática que permite que el sujeto, o en estricto rigor, los sujetos, puedan encontrar, mediante los diversos elementos, la capacidad de contrarrestar esa identidad que las clases llamadas cultas le quieren imponer.

Tales elementos aparecen en la melodramatización de las noticias. En *La Cuarta*, efectivamente aparecen historias que bien pueden ser dramáticas pero que están trastocadas por el humor, por el "doble sentido" (que apela a la subjetividad y a la interpretación de parte del sujeto) y la ironía.

Junto con ello, "*La Cuarta*" se introduce en aquellos en aquellos espacios, que pertenecen al ámbito de la vida privada. Es el caso de la sexualidad.

Además, pudimos reconocer que para sus lectores, el matutino, mediante la Crónica Roja y el humor que atraviesa todos los espacios, les permite enfrentarse a la vida, a una realidad que ellos interpretan como difícil, egoísta, y que es tan sucia que los otros diarios no quieren reconocer.

"La Cuarta" construye una realidad **EN EL LENGUAJE** que, se acerca con gran exactitud a la realidad que, producto de una serie de convenciones del sector que denominamos popular asimila como tal. La gran mayoría de los entrevistados no sintió la necesidad de una editorial ni le molestó su indefinición políticas decir, aquella realidad que nace a partir del diario genera ausencias que los sujetos populares no asumen como un problema.

Asimismo, proponemos que "*La Cuarta*" cumple una función de recopilatoria, al recoger la incorporación de términos y vocablos que son propios de la diversidad cultural que componen los sujetos incorporados el periódico.

Del mismo modo, busca una conexión con los sectores populares, creando secciones que le son afines sólo a un determinado sector social.

"*La Cuarta*" se conecta con el público en sus colores, en las imagines que crea y convierte en cómplices a los lectores que terminan los relatos, que los imaginan, que los comentan con el vecino, o que simple y llanamente se ríen con ellos.

Por último proponemos que "*La Cuarta*" se instala en el terreno de lo popular, que para los lectores se convierte en una aproximación a las situaciones, problemas y modo de vida del que son parte, aunque sea con exageración, esta les permite aliviarse de sus propios problemas diarios. Además, lo logra cuando se presenta como un medio completamente distinto a los llamados *cultos* y que por tanto, permite que los individuos sientan al diario como un vocero y como el medio que los interpela.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Alvarado, Roxana                      **“La Prensa Sensacionalista, el Caso del Diario La Cuarta”**, Documento de Trabajo Centros de Investigaciones Sociales, Universidad ARCIS, 1997.
- Barbero, Jesús Martín                **“De los Medios a las Mediaciones”**, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1987.
- Barros, Luis                              **“Alcance de la política cultural”**, Revista de Trabajo Social N<sup>o</sup> 87, Santiago 1980.
- Cimorra, Clemente                      **“Historia del Periodismo en Chile”**. Ed. Atlántida, Buenos Aires, 1945.
- Dirección de Estudios Sociológicos,  
Pontificia Universidad Católica de Chile                **Estudio Desuc: Lectura de Diarios en Chile.**
- Ecco, Humberto                         **“Apocalípticos e Integrados ante la Cultura de Masas”**, Ed. Lumen, Barcelona 1968.
- Echeverría, Rafael                      **“Ontología del Lenguaje”**, Ed. Dolmen, Santiago, 1996.
- Márquez Rodríguez, Alexis            **“La Comunicación Impresa”**, Ed. Centauro, Venezuela 1976.

- Morande, Pedro **“Usos y significados del Concepto de Cultura en las Ciencias Sociales”**, Revista de Trabajo Social N° 87, Santiago 1980.
- Ossa, Carlos (Recopilador) **“La Pantalla Delirante”**, LOM ediciones, Santiago 1999.
- Plath, Oreste **“Folclore Chileno”**, Ed. Grijalbo, Santiago 1994.
- Salinas, Maximiliano **“Risa y Cultura en Chile”**, Documento de Trabajo Centro de Investigaciones Sociales, Universidad ARCIS, Santiago 1996.
- Seminario del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales **“Comunicación y Culturas Populares en Latinoamérica”**, Ed. Gustavo Gili, México 1987.
- Sunkel, Juan Guillermo **“Razón y Pasión en la Prensa Popular”**, Ed. Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales, México, 1985.
- Valdebenito, Alfonso **“Historia del Periodismo”**, Chile 1996.
- Watzlawitck, Paul **“La Coleta del Barón de Münchhausen”**, Ed. Herder, 1992, Barcelona.