

# LOS AMOS DE LA PRENSA EN CHILE

EL público lector compra semanalmente alrededor de 2,7 millones de ejemplares de las distintas revistas que se editan en Chile. Esta cifra corresponde a la producción de dos industrias editoriales que controlan el mercado nacional: "El Mercurio" y Zig-Zag. Ambos monopolios, lógicamente, persiguen —y en gran medida lo obtienen— crear una determinada conciencia en Chile. Los valores políticos, sociales, morales y económicos del capitalismo y del imperialismo norteamericano, son exaltados en esas publicaciones.

En esta realidad del llamado "mercado de revistas" chileno surgió hace cuatro años "Punto Final", colocándose de inmediato al servicio de la causa revolucionaria. La voz de PF tiene una resonancia superior a la realidad de su tiraje quincenal (10 mil ejemplares). Esto se debe a la justicia de las ideas que defendemos. Nuestro propósito no es otro que difundir un pensamiento revolucionario que impulse a los obreros y campesinos de nuestro país a luchar por la conquista del poder.

En esta edición Nº 100 de PF nos proponemos entregar una visión general sobre los amos de la prensa en Chile, quiénes manipulan la información y modelan el pensamiento de las masas, y cuáles métodos se usan para asfixiar económicamente a toda publicación disidente que pretenda, en alguna medida, alterar el status de privilegio de la clase dominante.

En la elaboración de este reportaje hemos utilizado básicamente el excelente trabajo "Los medios de comunicación de masas - La ideología de la prensa liberal en Chile" de Armand Mattelart, Mabel Piccini y Michèle Mattelart (Cuadernos de la Realidad Nacional, Universidad Católica, Nº 3 - Marzo 1970). También tuvimos a la vista "La propaganda: instrumento de presión política" (Elmo Catalán, Escuela de Periodismo-Universidad de Chile, 1967); "La desinformación, industria imperialista" (Hernán Uribe - revista "Tri-



LA PRENSA chilena —dominada por los monopolios— procura esconder la represión contra el pueblo. PUNTO FINAL (Nº 77) denunció la masacre de Puerto Montt y fue requisado y procesado. La prensa izquierdista en el país está reducida a dos diarios y tres revistas, bloqueadas por los amos de la industria editorial.

continental" N° 15 - noviembre - diciembre 1969), e "Izquierda chilena: factores estructurales que impiden su victoria en 1970" (Miles Wolpin - PF N° 88).

La estructura de poder sobre los medios de comunicación de masas, se ha puesto de polémica actualidad en América latina. Algunas medidas positivas tomadas por los gobiernos de Perú y Bolivia, en fecha reciente, han generado un movimiento de protesta de la gran prensa burguesa del continente. En ambos países, particularmente en el primero, las medidas gubernamentales dejaron al descubierto una realidad que los monopolios pretenden ocultar: que las oligarquías financieras, coludidas con las empresas monopolistas norteamericanas, se reservan el derecho de orientar y seleccionar la información que reciben las masas a través de los diarios, revistas, radios y estaciones de televisión. Alrededor de quince millones de ejemplares diarios latinoamericanos utilizan casi exclusivamente información cablegráfica de agencias norteamericanas como la UPI (cuyos propietarios son los petroleros de Texas) y la AP que es una asociación cooperativa de los grandes diarios conservadores de Estados Unidos y América latina. El análisis de nueve diarios chilenos durante una semana registró la utilización de 1.238 cables de agencias de países capitalistas (605 eran de agencias norteamericanas) y sólo 102 noticias de agencias socialistas, de las cuales 98 fueron publicadas en el diario "El Siglo", órgano del PC chileno (1).

## LOS PERIODISTAS

El control monopólico de los medios de comunicación de masas ha convertido a los periodistas a su vez en prisioneros de una ideología conservadora que muchas veces no comparten. Hace dos años, en el Consejo Regional Santiago del Colegio de Periodistas, el representante del Comité de Periodistas Independientes de Izquierda planteó la necesidad de hacer una investigación exhaustiva sobre la situación en nuestro país de la "libertad" de

(1) La empresa "El Mercurio" tiene la exclusividad en Chile de los servicios noticiosos de AP, Reuter, France Press y del "New York Times". La UPI abastece al resto de la prensa chilena junto con la agencia italiana ANSA, ésta en inferior medida. Aproximadamente sólo 9 mil palabras de las 120 mil que llegan a los teletipos de "El Mercurio" aparecen publicadas. Las noticias importantes son examinadas por la dirección del diario, o sea no son seleccionadas por los periodistas de la sección respectiva. Mattelart cita a Jean Schwoebel, periodista francés de "Le Monde": "Cabe advertir que la libertad de prensa que tan a menudo invocan tantos directores de diarios en coloquios, congresos y banquetes en los cuales participan, se resume en la realidad en la libertad de conducir sus negocios a su manera. De ningún modo significa para ellos lo que debería ser: la independencia rigurosa de sus colaboradores y el robustecimiento constante del pluralismo de las ideas y de las opiniones" ("La Presse, le Pouvoir et l'Argent", París, 1968).

En fecha reciente, tanto "El Mercurio" como "La Tercera" han entrado a una cooperativa de los principales diarios conservadores de América latina que fundaron una agencia noticiosa, LATIN. Utilizará los teletipos de Reuter para la transmisión de noticias y comentarios sobre los países del continente; el material informativo será el mismo que esos periódicos entregan diariamente a sus lectores.

prensa. Para este efecto se planteó elaborar un "Libro Blanco" recogiendo el testimonio privado de los periodistas chilenos, directamente afectados por las restricciones que imponen a la información los amos de la prensa. Aunque la iniciativa fue aprobada, no se materializó ya que fue obstaculizada por periodistas que defienden las posiciones de las empresas. Sin embargo, es conciencia en el gremio de periodistas que Chile de ningún modo es una excepción en cuanto a manejo de la opinión pública por la minoría gobernante(2). Conquistas como las que se han obtenido en Perú y Bolivia, respecto al derecho de los periodistas a escribir la verdad sin ser lanzados a la cesantía, son también íntimas aspiraciones de los periodistas chilenos. En empresas conservadoras como "El Mercurio", Zig-Zag o "El Diario Ilustrado" trabajan por necesidad numerosos periodistas que son forzados colaboradores del inmenso engaño de que esos diarios y revistas hacen víctima a nuestro pueblo(3).

## EL CONTROL DE LA INFORMACION EN CHILE

Los sectores de izquierda en nuestro país están conscientes de que los intereses de las grandes mayorías nacionales no se reflejan en la prensa, radio y televisión. Por ejemplo, los partidos que forman la unidad popular han planteado, de manera un tanto difusa, el deseo de modificar esta realidad. El programa electoral de la UP señala: "Estos medios de comunicación (radio, editoriales, televisión, prensa, cine), son fundamentales para ayudar a la formación de una nueva cultura y un hombre nuevo. Por eso se deberá imprimirles una orientación educativa y liberarlos de su carácter comercial, adoptando las medidas para que las organizaciones sociales

(2) El estudio de Mattelart observa que "al nivel de los colegios que congregan a los profesionales de los medios informativos, se repite la presión mayoritaria, ejercida por los monopolios periodísticos que, en definitiva, delegan sus representantes para resguardar los intereses de la empresa".

El Colegio de Periodistas de Chile fue creado por la Ley 12.045 del 11 de julio de 1956. La ley fue elaborada por las propias empresas y por lo tanto refleja sus intereses y no los de los periodistas. Las empresas se las han arreglado para manipular las elecciones del Colegio mediante la inscripción en sus registros de personas que no son profesionales de la prensa. Es así como el primer presidente del Consejo Nacional fue René Silva Espejo, director de "El Mercurio".

(3) El Decreto-Ley N° 18075 o Estatuto de la Libertad de Prensa, dictado en Perú, dispone que sólo ciudadanos peruanos, residentes en el país, podrán ser propietarios de empresas periodísticas. Algunos aspectos de este Estatuto aparecen dudosos u oscuros, pero en conjunto significan un paso positivo, en especial en cuanto garantizan a los periodistas el derecho a discrepar de la ideología de la empresa en la cual trabajan, la que está obligada a publicar sus artículos sin tomar represalias contra el trabajador. En Bolivia, entretanto, se han dictado disposiciones similares, incluyendo una que reserva la circulación de los lunes a un periódico elaborado por los organismos sindicales de periodistas y trabajadores gráficos. Como es lógico estas medidas han suscitado una campaña internacional de difamación encabezada por la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), organismo empresarial. En Chile, sin embargo, los periodistas no se han dejado confundir y aspiran a que se adopten medidas similares y más profundas.

continental" N° 15 - noviembre - diciembre 1969), e "Izquierda chilena: factores estructurales que impiden su victoria en 1970" (Miles Wolpin - PF N° 88).

La estructura de poder sobre los medios de comunicación de masas, se ha puesto de polémica actualidad en América latina. Algunas medidas positivas tomadas por los gobiernos de Perú y Bolivia, en fecha reciente, han generado un movimiento de protesta de la gran prensa burguesa del continente. En ambos países, particularmente en el primero, las medidas gubernamentales dejaron al descubierto una realidad que los monopolios pretenden ocultar: que las oligarquías financieras, coludidas con las empresas monopolistas norteamericanas, se reservan el derecho de orientar y seleccionar la información que reciben las masas a través de los diarios, revistas, radios y estaciones de televisión. Alrededor de quince millones de ejemplares diarios latinoamericanos utilizan casi exclusivamente información cablegráfica de agencias norteamericanas como la UPI (cuyos propietarios son los petroleros de Texas) y la AP que es una asociación cooperativa de los grandes diarios conservadores de Estados Unidos y América latina. El análisis de nueve diarios chilenos durante una semana registró la utilización de 1.238 cables de agencias de países capitalistas (605 eran de agencias norteamericanas) y sólo 102 noticias de agencias socialistas, de las cuales 98 fueron publicadas en el diario "El Siglo", órgano del PC chileno (1).

## LOS PERIODISTAS

El control monopólico de los medios de comunicación de masas ha convertido a los periodistas a su vez en prisioneros de una ideología conservadora que muchas veces no comparten. Hace dos años, en el Consejo Regional Santiago del Colegio de Periodistas, el representante del Comité de Periodistas Independientes de Izquierda planteó la necesidad de hacer una investigación exhaustiva sobre la situación en nuestro país de la "libertad" de

(1) La empresa "El Mercurio" tiene la exclusividad en Chile de los servicios noticiosos de AP, Reuter, France Press y del "New York Times". La UPI abastece al resto de la prensa chilena junto con la agencia italiana ANSA, ésta en inferior medida. Aproximadamente sólo 9 mil palabras de las 120 mil que llegan a los teletipos de "El Mercurio" aparecen publicadas. Las noticias importantes son examinadas por la dirección del diario, o sea no son seleccionadas por los periodistas de la sección respectiva. Mattelart cita a Jean Schwoebel, periodista francés de "Le Monde": "Cabe advertir que la libertad de prensa que tan a menudo invocan tantos directores de diarios en coloquios, congresos y banquetes en los cuales participan, se resume en la realidad en la libertad de conducir sus negocios a su manera. De ningún modo significa para ellos lo que debería ser: la independencia rigurosa de sus colaboradores y el ro bustecimiento constante del pluralismo de las ideas y de las opiniones" ("La Presse, le Pouvoir et l'Argent", París, 1968).

En fecha reciente, tanto "El Mercurio" como "La Tercera" han entrado a una cooperativa de los principales diarios conservadores de América latina que fundaron una agencia noticiosa, LATIN. Utilizará los teletipos de Reuter para la transmisión de noticias y comentarios sobre los países del continente; el material informativo será el mismo que esos periódicos entregan diariamente a sus lectores.

prensa. Para este efecto se planteó elaborar un "Libro Blanco" recogiendo el testimonio privado de los periodistas chilenos, directamente afectados por las restricciones que imponen a la información los amos de la prensa. Aunque la iniciativa fue aprobada, no se materializó ya que fue obstaculizada por periodistas que defienden las posiciones de las empresas. Sin embargo, es conciencia en el gremio de periodistas que Chile de ningún modo es una excepción en cuanto a manejo de la opinión pública por la minoría gobernante(2). Conquistas como las que se han obtenido en Perú y Bolivia, respecto al derecho de los periodistas a escribir la verdad sin ser lanzados a la cesantía, son también íntimas aspiraciones de los periodistas chilenos. En empresas conservadoras como "El Mercurio", Zig-Zag o "El Diario Ilustrado" trabajan por necesidad numerosos periodistas que son forzados colaboradores del inmenso engaño de que esos diarios y revistas hacen víctima a nuestro pueblo(3).

## EL CONTROL DE LA INFORMACION EN CHILE

Los sectores de izquierda en nuestro país están conscientes de que los intereses de las grandes mayorías nacionales no se reflejan en la prensa, radio y televisión. Por ejemplo, los partidos que forman la unidad popular han planteado, de manera un tanto difusa, el deseo de modificar esta realidad. El programa electoral de la UP señala: "Estos medios de comunicación (radio, editoriales, televisión, prensa, cine), son fundamentales para ayudar a la formación de una nueva cultura y un hombre nuevo. Por eso se deberá imprimirles una orientación educativa y liberarlos de su carácter comercial, adoptando las medidas para que las organizaciones sociales

(2) El estudio de Mattelart observa que "al nivel de los colegios que congregan a los profesionales de los medios informativos, se repite la presión mayoritaria, ejercida por los monopolios periodísticos que, en definitiva, delegan sus representantes para resguardar los intereses de la empresa".

El Colegio de Periodistas de Chile fue creado por la Ley 12.045 del 11 de julio de 1956. La ley fue elaborada por las propias empresas y por lo tanto refleja sus intereses y no los de los periodistas. Las empresas se las han arreglado para manipular las elecciones del Colegio mediante la inscripción en sus registros de personas que no son profesionales de la prensa. Es así como el primer presidente del Consejo Nacional fue René Silva Espejo, director de "El Mercurio".

(3) El Decreto-Ley N° 18075 o Estatuto de la Libertad de Prensa, dictado en Perú, dispone que sólo ciudadanos peruanos, residentes en el país, podrán ser propietarios de empresas periodísticas. Algunos aspectos de este Estatuto aparecen dudosos u oscuros, pero en conjunto significan un paso positivo, en especial en cuanto garantizan a los periodistas el derecho a discrepar de la ideología de la empresa en la cual trabajan, la que está obligada a publicar sus artículos sin tomar represalias contra el trabajador. En Bolivia, entretanto, se han dictado disposiciones similares, incluyendo una que reserva la circulación de los lunes a un periódico elaborado por los organismos sindicales de periodistas y trabajadores gráficos. Como es lógico estas medidas han suscitado una campaña internacional de difamación encabezada por la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), organismo empresarial. En Chile, sin embargo, los periodistas no se han dejado confundir y aspiran a que se adopten medidas similares y más profundas.

mente con el Clan Braun, reúne como accionistas la Delttec Panamericana, el Banco Edwards y el Banco Sudamericano; Rayonhil tiene el mismo presidente de consejo que el Banco de Chile; la Cia. Industrial cuenta entre sus accionistas al Banco Edwards, al Banco Español y a la Universidad Técnica Santa María.

En radio Corporación —que fue creada por el Banco del Estado— el grupo Edwards se encuentra ligado al exministro de Hacienda de Alessandri, Roberto Vergara. Esta empresa radial aspira a intervenir también en el campo de la televisión por ahora reservado a las universidades y al Estado.

Gran parte de la publicidad comercial se destina a fortalecer financieramente a la cadena "El Mercurio", el vocero más importante de la empresa privada. Un 75% del espacio de "El Mercurio" lo ocupan los anuncios publicitarios. La proporción decrece al 46% en "La Tercera", 36% en "Clarín", 35% en "La Nación" (diario del gobierno) y al 31% en "El Diario Ilustrado".

Las cifras son escasas en lo que se refiere a los gastos de publicidad en Chile. El estudio de Mattelart sólo pudo contar con datos de 1962. "En este año las inversiones publicitarias per cápita alcanzaron a 2,6 dólares por habitante y la relación inversiones publicitarias/ingreso nacional era de 0,68%. A manera de comparación, en Francia la primera cifra subía a 9,5 dólares y la segunda a 0,77%. En Brasil, la primera proporción era de 2 dólares y en los Estados Unidos, cumbre de la sociedad consumidora, la primera alcanzaba a 65 dólares per cápita y la segunda a 2,75%". En 1965, según el estudio de Elmo Catalán, la cifra de negocios de la actividad publicitaria subía a un estimado de 130 millones de escudos (publicidad radial, 73,4 millones, y publicidad en diarios, 55,2 millones).

La prensa —que es estimada como un servicio público— se convierte en un espléndido negocio para los capitalistas. Las empresas periodísticas, esgrimiendo el concepto de que sirven a la comunidad, han conseguido "un conjunto de franquicias tributarias y aduaneras". Están exentas "de impuestos a la renta, prestaciones, compraventa, cifra de negocios; tampoco pagan derechos aduaneros por la internación de maquinarias, repuestos, partes o piezas y elementos destinados exclusivamente a la impresión de periódicos y revistas y venta de servicios informativos" (Mattelart).

Añade: "Al tener el principio de "servicio público" una probabilidad de vigencia mínima en la realidad monopolística mercantil, el régimen privilegiado se resume en afianzar la estructura de poder económico de la clase dominante" (id.).

### EL MONOPOLIO ZIG-ZAG

La empresa Zig-Zag es el segundo monopolio en el mercado de revistas. Edita dos semanarios de actualidad general: "Ercilla" y "Vea". Otras publicaciones de esa índole, como "Siete Días" y "Algo Nuevo", fueron liquidadas por la competencia del grupo "El Mer-

curio". Además Zig-Zag publica las revistas femeninas "Eva" y "Rosita", una revista pseudo-amorosa, "Confidencias", una deportiva, "Estadio", una de vulgarización histórica, "Sucesos", una de cine y televisión, "Telecrán", una revista culinaria, "Saber Comer", y un amplio conjunto de los llamados "comics" que en su mayoría pertenecen a las producciones de Walt Disney.

Al mismo grupo periodístico pertenecen la empresa Ercilla S.A.C., radio Chilena y Distribuidora Latinoamericana de Publicaciones (DILAPSA S.A.). La Iglesia Católica participa en este conjunto empresarial con un significativo porcentaje. Mattelart anota sobre Zig-Zag: "... Si bien no está conectado con un clan económico específico, este grupo a través de una parte de sus accionistas participa a la vez en el grupo Banco de Chile (donde existe una alianza de los clanes Matte-Alessandri, Menéndez-Braun y Edwards que controlan 130 sociedades anónimas. N. de PF), en el Banco Sudamericano (donde el Clan Matte-Alessandri es el más importante y que controla 130 sociedades anónimas. N. de PF), y en el grupo Edwards; por otra parte a través de los miembros de sus directorios respectivos, está vinculado con un conjunto de empresas muy heterogéneas. Es así como uno de los directores de Zig-Zag, de Dilapsa y de la empresa Ercilla, se encuentra también en el directorio de la radio Santiago (que posee también la radio Porteña en Valparaíso) —donde está asociado con un antiguo ministro del régimen anterior, vinculado con el grupo Rockefeller— y en aquel del Banco de Osorno y La Unión. El presidente de Dilapsa y de la radio Chilena se halla también en el directorio de la Compañía Cervecerías Unidas (grupo Edwards)".

Las alusiones corresponden a Daniel Sotta Barros y a Sergio Torretti Rivera, ligados asimismo a la Sociedad Nacional de Agricultura y a la Cámara Chilena de la Construcción.

Mattelart añade una nota: "Desde el punto de vista del medio de comunicación de masas, este grupo, directa o indirectamente, controla además la Corporación Chilena de Broadcasting y T.V.S.A., Radio El Morro de Arica, cuyo presidente es el propietario de una famosa cadena comercial (Establecimientos Oriente, Cartuja, etc.), siendo el presidente de esta última el presidente del directorio de la empresa Zig-Zag. Por otra parte, la Radiodifusora Latinoamericana S.A. (radio Cruz del Sur), la radio Nuevo Mundo, la agencia informativa Orbe, el diario "La Tarde", una agencia de publicidad y la Editorial del Pacífico están vinculadas con la colectividad política demócratacristiana".

### OTRO MAGNATE DE LA PRENSA

Otro diario de circulación nacional es "La Tercera" que pertenece al Consorcio Periodístico de Chile S.A. (COPESA), conectado a través de su directorio con los bancos Español-Chile y Nacional del Trabajo. Su más acaudalado accionista es Germán Picó Cañas, un potente miembro del partido Radical (actualmente en el ala que apoya a Alessandri), que fuera ministro de Hacienda de González Videla. Picó Cañas está relacionado con el clan

Edwards a través de la CAP y con los intereses de Rockefeller en IBEC, empresa financiera en la que también participa Edwards. Así también se relaciona con el grupo Banco Sudamericano (Matte-Alessandri), en la Compañía de Productos de Acero, COMPAC S. A.

En un lugar inferior en cuanto a circulación de sus periódicos, pero de influencia en cuanto monopolizan la información en algunas ciudades chilenas, aparece la **Sociedad Periodística del Sur (SOPESUR)**. Controla cuatro diarios en provincias: "La Patria" (Concepción), "El Diario Austral" (Temuco), "El Correo" (Valdivia), y "La Prensa" (Osorno). Además posee "El Diario Ilustrado" en Santiago.

Sus accionistas están ligados a negocios agropecuarios y a través de ellos a entidades bancarias e industriales.

Todo el grupo empresarial periodístico opera unido, a los fines patronales, en la Asociación Nacional de la Prensa, que supervigila y controla la distribución de diarios y revistas, fija precios y tarifas, etc.

### LAS RADIOS

Las radios más importantes del país son las siguientes:

**Radio Portales** —que pertenece al grupo textil Hirmas— y que posee estaciones en Santiago, Talca y Valparaíso. "En su directorio —observa Mattelart— figura uno de los miembros del grupo Matte-Alessandri, quien vuelve a encontrarse en aquel de la empresa Hirmas algodonos, y uno de los directores del Banco Industrial y Comercial. Al estar en relación directa con el imperio textil está estrechamente vinculada con el Banco Nacional del Trabajo, el Banco Panamericano y el Banco de Crédito e Inversiones. Tomemos un ejemplo de nexos. A través de uno de los miembros de su directorio, quién a la vez es presidente de la Carbonífera Lota-Schwager, accionista de la SOPESUR, este grupo mantiene conexiones con 25 sociedades anónimas: Chilectra (Cía. Chilena de Electricidad), Cobre Cerrillos S. A., Fundición Libertad Kúpfer Hnos. S. A., Philips Chilena, Empresa Nacional de Petróleo S. A., Soc. Inmobiliaria Fomento Fabril S. A., Textil Saba, Kúpfer Hnos., Importadora Fix, Industrias Yungay, Montajes Automóviles Fiat, Pesquera del Pacífico, Picó Domínguez Tintorería Textil, Cía de Seguros La Mundial, Textil Progreso (en su directorio se encuentran el presidente del Banco de Chile y miembros del grupo Yarur), Plastic Chilena Shyf, Compañía de Petróleos de Chile (COPEC), Cía. Chilena de Tabacos, Cía. Nacional de Teatros S. A. Chilena, Agrotécnica, Fábrica de Paños Continental, Cía Italo-Suiza de Hoteles, Banco Panamericano".

**Radio Minería**: tiene una cadena a través del país. Entre sus accionistas figuran las compañías norteamericanas del cobre y los nombres que figuran en su directorio están relacionados con Radioemisoras Unidas S. A. (que posee las radios Magallanes de Santiago, La Voz del Sur de Punta Arenas y La Portada de Antofagasta). Sus accionistas —uno de los más fuertes es el actual embajador en Buenos Aires, Hernán Videla Lira—, se relacionan tam-

bién con el Banco Francés e Italiano para la América del Sur, cuyo presidente es Gabriel González Videla, Expresidente de la República.

**Radio Balmaceda**: pertenece al clan textil Yarur, conectado con el Banco de Chile, el Banco de Crédito e Inversiones y el grupo Braun-Menéndez.

**Radio Cooperativa Vitalicia**: su propietario es la Compañía Chilena de Comunicaciones S. A. Tiene una red de estaciones en todo el país. Por sus accionistas está ligada al Banco Sudamericano y por su solo presidente a catorce empresas: Inversiones San Fernando, The South American Metal Company, Astilleros de Las Habas, Empresa Ercilla, Inversiones Monterrey, Cía de Seguros Ferroviaria, Organización Nacional Hotelera, Vorwerk y Cía., Empresa Editora Zig-Zag, Empresa Marítima Cosmos, Chiclé Adams, Cía. Electro Metalúrgica, Banco Hipotecario.

**Radio Sociedad Nacional de Agricultura (SNA)**: Pertenece al organismo cuyo nombre lleva y que agrupa a los terratenientes del país, que también edita la revista mensual "El Campesino". Posee estaciones en Santiago, Valparaíso y Los Angeles. Es digno de anotarse que, según Mattelart, el 54 por ciento de los campesinos escuchan esta radio que defiende los intereses de los latifundistas, de acuerdo a una encuesta practicada a comienzos de 1969.

**Radio Magallanes**: Pertenece a Radioemisoras Unidas S. A. que controla también otras dos emisoras arriba mencionadas. El accionista principal es la Sociedad ganadera Tierra del Fuego, o sea el grupo Menéndez-Braun. Esta controla además el diario "La Prensa Austral" de Punta Arenas y participa en la empresa EMELCO que elabora la propaganda cinematográfica.

### LA PENETRACION YANQUI

El profesor Miles Wolpin señala que la Agencia de Información de Estados Unidos (USIA) aumentó considerablemente su presupuesto de gastos para la difusión de propaganda norteamericana en Chile. En 1964 era de 294.640 dólares, además de su presupuesto en moneda chilena. Para ese año, el Servicio Informativo de la embajada yanqui en Santiago ocupaba 61 funcionarios (10 norteamericanos y 51 "nativos").

A través de la WRUL de Nueva York, el USIA paga a numerosas radios chilenas para retransmitir sus programas en onda corta. Por ejemplo, las radios Portales y Minería retransmiten esos programas que son presentados por "corresponsales especiales" de las emisoras nacionales.

En 1959 las estaciones chilenas estaban retransmitiendo 60 cuartos de hora de noticias y 8 cuartos de hora de asuntos cortos a la semana, proporcionados por el USIA.

Posteriormente, el USIA comenzó a preparar programas especiales tanto en Washington como en Santiago. Se entregan en forma gratuita a las radios chilenas que los presentan sin especificar su procedencia. Se trata por lo general de comentarios y servicios noticiosos internacionales, donde se presenta una imagen atractiva de los Estados Unidos. Gran parte de esos programas giran

sobre el tema de la guerra del Vietnam o contienen ataques a Cuba y a la lucha de liberación de los pueblos latinoamericanos. Locutores chilenos, cuyas voces son bien conocidas en el país, trabajan para el USIA como es el caso de Renato Deformes, que también es locutor oficial del gobierno y del Canal 7 de TV del Estado.

Desde 1962, la propaganda del USIA viene siendo colocada en los canales de televisión chilenos. Este medio de comunicación de masas se ha incrementado en forma notable en nuestro país. Actualmente hay poco más de 300.000 televisores que tienen gran influencia en las capas medias de la población.

El USIA entrega también material a la prensa escrita. Según la información recogida por Wolpin: "Tales materiales estaban siendo usados por el periódico gubernamental "La Nación", el principal diario chileno "El Mercurio", un tabloide de amplia circulación "Las Últimas Noticias", y tan lejos al sur como Punta Arenas en "La Prensa Austral". En 1966 un empleado de la USIA en Chile estimaba que un diez por ciento del material de lectura publicado por la prensa de la nación consistía en sueltos de la Agencia".

El USIA asimismo entrega películas y en 1961, señala Wolpin, en Chile gastó más dinero que en cualquier otro país latinoamericano en la distribución o ubicación de proyectores, pantallas y películas. Casi un cuarto del presupuesto hemisférico del USIA fue dedicado a Chile. En 1964, una película del USIA —"El Presidente"— la vieron 340 mil espectadores chilenos por una cadena comercial de cines.

### ALIANZA BURGUESIA-IMPERIALISMO

Esta penetración norteamericana en los medios de comunicación de masas se facilita por la estrecha relación que existe entre la burguesía de nuestro país y el imperialismo.

El ejemplo más visible es "El Mercurio". El presidente de esa empresa, Agustín Edwards Eastman, es también presidente de IBEC chilena (International Basic Economy Corporation S. A.), que administra el Fondo de Inversiones Industriales y Comerciales CRECINCO.

IBEC es la empresa hemisférica del grupo Rockefeller. En 1969, según el estudio de Mattelart, IBEC controlaba en Chile un conjunto de empresas en los rubros de alimentos y bebidas, cemento y construcción, agropecuarias y ferias, metalúrgicas, neumáticos, textiles, bancos, etc. IBEC posee, además, capitales en las principales empresas de la industria de transformación, en vías de desnacionalización creciente: en MADECO, que pertenece a la General Cable, en MADEMSA, COMPAC (sus accionistas principales son Butler Manufacturing Co.), American Screw S. A. (controlado por la Textron Industrie Inc.), Cobre Cerrillos (controlado por los Bancos Panamericano y del Trabajo), etc.

En la cúspide de esta maraña de intereses financieros que a la vez controlan la prensa, radio y televisión en América latina, está la Sociedad Interamericana de Prensa

(SIP), fundada en Nueva York en 1950. El dueño de "El Mercurio", Agustín Edwards, presidió la SIP durante 1969, en reconocimiento a sus brillantes servicios a los monopolios yanquis.

### EL MANEJO DE LA PUBLICIDAD

La libertad de información es también eficazmente subordinada al interés del capitalismo mediante el manejo de los avisos. En Chile operan cinco agencias que son filiales de firmas norteamericanas, dos de las cuales son las más importantes del país. Mc Cann Erickson manejaba en 1968 la publicidad de 51 firmas comerciales, 18 de las cuales eran extranjeras. El año anterior, 1967, la facturación de esa agencia de publicidad alcanzó a 2,6 millones de dólares en Chile. J. Walter Thompson en la misma época realizaba la publicidad de 56 firmas (27 extranjeras) y facturó avisos por 1,5 millones de dólares. La Kenyon y Eckardt lo hacía para 22 empresas (5 de ellas extranjeras). La Grant Advertising reunía la publicidad de 30 firmas (7 extranjeras).

Hay agencias chilenas, como Publicidad Cóndor, ligada al partido Demócrata Cristiano, que también manejan la publicidad de empresas extranjeras. Por ejemplo, Cóndor se encarga de los avisos de la Dow Chemical y de la Petro Dow, que hoy controlan la industria petroquímica, y de la Firestone.

J. Walter Thompson maneja los enormes presupuestos publicitarios de Anaconda, Mobiloil, First National City Bank, Ford Motor Company, Goodyear Tire and Rubber Co., Squibb, Johnson and Son, Pepsi Cola International, Purina, Chiclets Adam, General Mills, Grace y Cia., Pan American World Airways, Selecciones del Reader's Digest, etc.

Datos obtenidos por Mattelart señalan que el 45 por ciento de los avisos pagados en el Canal 13 de televisión (Universidad Católica) pertenecen a firmas extranjeras. Esto explica el cuidado que pone el propio Cardenal Raúl Silva Henríquez en encauzar la información periodística que entrega ese canal de TV. Las normas que imparte el Cardenal se orientan por ejemplo a evitar que se difundan las acciones de la izquierda revolucionaria, o a que al informar sobre una huelga obrera se exponga también el punto de vista de la empresa afectada.

El canal 4 de Valparaíso, que depende de la UC, no se atuvo a las normas que imparte el Cardenal Silva Henríquez, y esto originó una "corrida" de avisos que obligó a ese canal de televisión a entrar en vereda. El boicot que las firmas comerciales de Valparaíso desataron contra Canal 4, recibió elogioso aplauso de la Confederación de la Producción y el Comercio. De esto hay constancia en el siguiente documento dirigido a la Asociación Nacional de Avisadores:

"Cámara de Comercio de Valparaíso. Boletín N° 7. Febrero 11 de 1970.

Señor asociado:

Tenemos el agrado de transcribir a continuación, por su interés, carta de la Confederación de la Producción y el Comercio que ha dirigido al presidente de la Asociación Nacional de Avisadores:

"Señor presidente:

A través de diversas publicaciones de prensa nos hemos impuesto de la saludable reacción de algunos televidentes respecto de diversos programas,

transmitidos por los Canales 4 y 9 de televisión, los cuales son financiados por las empresas privadas que los patrocinan.

Es frecuente presenciar cómo en esos programas se ataca a la empresa privada y a sus representantes, sin consideración a los valores que el ejercicio de la libertad de iniciativa significa.

Si bien nos preocupa la actitud suicida de algunos empresarios, que contribuyen a financiar programas orientados, precisamente, a descalificarlos frente a la opinión pública, nos preocupa mucho más que el aporte de estos recursos se destine a divulgar conceptos dirigidos a confundir y debilitar valores fundamentales, que sostienen nuestra convivencia democrática.

Hay que recordar que la empresa privada, junto al interés legítimo de numerosos pequeños y medianos inversionistas, representa el interés de miles de trabajadores, cuyo bienestar depende de su normal operación y satisface las expectativas de consumo de la población entera. Además, y tal vez lo más importante, la existencia de la empresa particular constituye una expresión concreta de la libertad que caracteriza al régimen democrático que a todos nos interesa mantener.

Por tales razones, quienes, por indiferencia o desconocimiento están contribuyendo a facilitar los abusos que se han denunciado no sólo perjudican insensatamente sus propios intereses, sino que permiten el daño de las expectativas respetables de trabajadores y consumidores y el avasallamiento de valores muy importantes, de los cuales la presencia de la empresa es un testimonio elocuente.

No pretende la Confederación estimular medida alguna que signifique control o debilitamiento de la libertad de expresión; pero estima necesario advertir a sus adherentes acerca del peligro que significa la divulgación de comentarios y conceptos que no comparten, como no sea en el financiamiento irresponsable que aportan para ese objeto.

Agradeceremos al señor presidente que, si lo tiene a bien, disponga las medidas necesarias para que el texto de la presente comunicación sea conocido por todos los asociados de esa institución.

Sin otro particular, quedamos del señor presidente como sus atentos y SS. SS."

(Fdo.): JORGE FONTAINE ALDUNATE  
Presidente

## NOTICARIOS PRO YANQUIS

Tal como observa Mattelart la mayoría de los informativos radiales están patrocinados por firmas extranjeras. El informativo *Anaconda* se transmite por radio Minería y otras seis estaciones del país; el Reporter *Esso* también se transmite por esa emisora y su red nacional; radio Magallanes transmite el informativo *El Teniente* (Kennecott Copper); el informativo *Life* se transmite por radio Agricultura; a los que habría que agregar el Teletipo *INSA* (General Fire and Rubber Co.), y los auspiciados por RCA Victor, etc.

Datos recogidos en el Canal 13 de TV por Mattelart, indican por otra parte que el porcentaje de programas extranjeros alcanza a un 46 por ciento semanal. "La mayoría de las películas y seriales norteamericanas para la televisión, son distribuidas en América latina por la American Broadcasting Company (ABC), en relación íntima con la cadena de agencias de publicidad (Mc Cann Erickson, Grant, J. Walter Thompson). Los otros dos trusts norteamericanos que controlan el universo televisivo en América latina lo constituyen la National Broadcasting Company (NBC) y la Columbia Broadcasting System (CBS)".

En lo que se refiere a cine, Chile en 1968 importó 633.946 dólares en películas, de lo cual 359.063 dólares correspondieron a películas norteamericanas. A gran distancia si-

guen las películas mexicanas, italianas, argentinas, inglesas y francesas, en ese orden.

El "modo de vida" norteamericano, pues, llega a la conciencia de los chilenos por la múltiple y aplastante influencia de la prensa, radio, televisión y cine.

Uno de los instrumentos más eficaces de penetración son las tiras cómicas que publican los diarios chilenos.

Hernán Uribe anota que aparte de México, Chile "ha sido elegido para inundar América latina con las historietas yanquis. Las dos editoras más poderosas, Zig-Zag y Lord Cochrane ("*El Mercurio*") poseen convenios con la Walt Disney Productions y la King Features Syndicate, las cuales les envían originales que son traducidos e impresos en Chile. Zig-Zag exporta a Bolivia, Perú y Uruguay y Lord Cochrane lo hace a todo Latinoamérica con excepción de las Guayanas, Colombia y Honduras". Cabe agregar que Zig-Zag mantiene una filial en Colombia para la reproducción masiva de "comics".

La industria de los "comics" es explotada a nivel mundial por varias firmas norteamericanas. Aparte de las arriba citadas operan el United Features Syndicate y el Chicago Tribune Daily News Syndicate. El estudio de Mattelart indica que en 1969, los "comics" del King Features eran traducidos a 30 idiomas en más de 100 países y publicados en más de 5.000 diarios. En Chile se consumen alrededor de 350.000 ejemplares mensuales de revistas de esta clase, aparte de los "comics" importados de México, que desde el año pasado inundan el mercado chileno.

Describiendo el contenido de estas revistas de aventuras, que atraen la atención de miles de niños y jóvenes chilenos, Mattelart señala: "La epopeya del héroe, en defensa de la libertad y en contra de la opresión, suele tornarse en la defensa de la democracia tal como la concibe el tío Sam y el héroe toma por su cuenta la política intervencionista del "big stick". Citemos un caso preciso: "Flash Gordon es lo que puede llamarse un héroe intachable, hermoso tipo humano de elevadas virtudes morales luchando solitariamente en contra de la tiranía. Pero también es un americano típico, demócrata, queriendo a toda costa hacer apreciar a los demás, hasta incluso imponerles, un modo de vida político del cual está convencido que es el mejor, sobre todo frente al opresor: de él podría decirse que es a la vez el Príncipe Valiente y Wilson". Otros ejemplos: el hijo de un Lord inglés arrojado a una isla y recogido por una manada de simios, Tarzán, pertenece también a esta estirpe que, por su acción vigorosamente paternalista, hace reinar el orden inteligente del colonizador blanco en la jungla africana. Muchos de los héroes prestan también su ayuda al FBI, o a la CIA, para el restablecimiento del orden puesto en peligro por los cómplices de Al Capone o espías enigmáticos".

Frente al bloque compacto que presentan los medios de comunicación de masas en Chile, controlados por la burguesía y el imperialismo, las ideas revolucionarias o simplemente reformistas deben abrirse camino en forma dificultosa. Sólo existen dos diarios de izquierda: "El Siglo" y "Noticias de Ulti-

## Reportaje

ma Hora". El primero tiene circulación nacional, pero su tiraje es muy bajo: una media de 6 mil ejemplares diarios. El segundo alcanza a los 35 mil ejemplares, pero sólo circula en Santiago, Valparaíso y otros pocos puntos del país.

Mattelart también distingue "un diario moderado que suele convertirse en el blanco de los ataques del grupo mercurial: "El Clarín" (100.000 a 120.000 ejemplares)".

En materia de revistas sólo existen tres de tendencia izquierdista: PUNTO FINAL, que aparece cada quince días; "Plan" y "Causa Marxista-Leninista", que son mensuales. Entre sí reúnen una circulación de menos de 30 mil ejemplares al mes y naturalmente no reciben casi ningún tipo de anuncios publicitarios ni cuentan con las facilidades de distribución de que gozan los órganos reaccionarios. Periodistas de izquierda que trabajan en algunas radios, diarios, revistas o estaciones de televisión, son presionados simultáneamente por el gobierno y las empresas avisadoras cada vez que desafían la censura implícita que de modo permanente opera sobre ellos. En esta materia, el actual gobierno se ha distinguido en alto grado, denunciando y logrando la remoción de periodistas, e interviniendo directamente en la conducción informativa de las radios y televisoras.

En el marco de esta realidad —orientada por la mitología burguesa que exalta valores que protegen sus intereses— se desarrollan las luchas políticas, por ejemplo la actual campaña presidencial.

La estructura del poder político y económico está fielmente reflejada en la prensa chilena. Resulta ilusorio por lo tanto creer que puede desarrollarse un "juego limpio" en torno a la difusión de las ideas. La burguesía y el imperialismo no colocarán jamás sus diarios, revistas, radios, libros, espacios de televisión y cine a disposición de quienes en una u otra forma amenazan sus intereses.

La prensa, como otras manifestaciones de la vida social y cultural, no será nunca ver-

daderamente libre, o sea representativa de los intereses del pueblo, hasta tanto su control no pase a manos de los trabajadores. Eso únicamente podrá darse en el contexto de un proceso revolucionario liberador.

Es aleccionador lo que sucede en estos instantes en Perú, donde los diarios "Expreso" y "Extra" fueron expropiados y sus acciones transferidas a una cooperativa formada por sus trabajadores. Ambos diarios pertenecían a Manuel Ulloa, que fue ministro de Hacienda de Belaúnde y que estuvo directamente implicado en el Acta de Talara, el ominoso documento que favorecía a la International Petroleum Company. Exilado después del golpe militar, Ulloa cedió sus acciones a su padre para cumplir con la moderada disposición que exige en Perú que el propietario de un diario sea peruano y residente en el país. Ambos periódicos eran portavoces de los intereses de la burguesía peruana y del imperialismo yanqui. Sus trabajadores —comenzando por los periodistas— estaban sometidos a una línea que no los interpretaba en sus posiciones ideológicas personales y que ofendía a diario su dignidad de peruanos. La expropiación de "Expreso" y "Extra" sin embargo es presentada a la opinión pública del continente como un "atropello a la libertad de prensa". En el mejor de los casos podría admitirse que es un pisotón a la empresa privada, sagrado concepto que los medios de comunicación de masas de América latina defienden como principio básico del llamado "sistema democrático".

En lo que se refiere a Chile es posible preveer que la lucha de los periodistas y trabajadores gráficos se oriente a liberar a la prensa, rescatando para el pueblo el derecho a informarse oportuna, veraz y ampliamente. Los amos de la prensa harán sin duda lo posible por impedirlo. Sus intereses son incompatibles con los del pueblo. En este terreno de la lucha política, como en otros, una guerra a muerte está planteada entre trabajadores y explotadores.

PF

