



Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales

PROPAGANDA DE GOBIERNO EN TV: MAYO DE 1988

María Eugenia Hirmas

PROPAGANDA DE GOBIERNO EN TV : MAYO DE 1988

Maria Eugenia Hirmas

La propaganda del gobierno en TV sigue siendo intensa en el mes de mayo. Incluye el final de la campaña "Somos Millones", se inicia la de "Democracia, Si" y siguen las propagandas institucionales, como por ejemplo de Cema Chile, de la Fundacion Nacional de la Cultura, de CORFO, CODELCO, de CODECOS y la antiterrorista.

Las campañas "Somos Millones" y "Democracia, SI" se difunden en todos los canales, lo que no ocurre con las institucionales. La de Cema y la Fundacion Nacional de la Cultura solo se transmiten en canal 7; la de prestamos CORFO solamente en el canal 5; la antiterrorista unicamente en canal 11; la de CODELCO se difunde en los canales 7, 11 y 13 y la de los CODECOS en los canales 7 y 11.

La inversion en television durante el mes de mayo es ligeramente inferior a la de los meses anteriores, a pesar de que aumenta el numero de spots (que son mas cortos). El costo esta relacionado tambien con los horarios de transmision.

Propaganda de Gobierno en TV Inversion en 1988 *

	No. spots	Tiempo **	Costo
Enero	792	16h 55'	\$ 330.551.800
Febrero	721	12h 20'	\$ 232.528.000
Marzo	669	10h 55'	\$ 230.728.200
Abril	985	14h 10'	\$ 245.464.600
Mayo	1.041	12h 45'	\$ 228.254.300

* Fuente: Agencia especializada que realiza informes de publicidad en diferentes medios de comunicacion.

** Tiempo de difusion en horas (h) y minutos (').

Las cifras de enero y febrero corresponden a las campañas "El año de la decision", "Somos Millones" y la de la Fundacion Nacional de la Cultura (cuya directora es Lucia Pinochet Hiriart).

La de marzo tambien considera los spots contra el terrorismo. Abril incluye ademas los spots de Cema y de Prestamos CORFO, y mayo, las anteriores mas CODELCO y CODECOS.

Se observa como van incorporandose diversas instituciones a la campaña general del gobierno, reforzando los mensajes desde diferentes angulos.

Si comparamos la inversion mensual que significan las campañas politicas del gobierno en television, prensa y revistas, observamos un cambio interesante. Durante los meses de enero a abril, el porcentaje de los gastos en television oscilaban entre un 91,4% y un 97,2% del gasto total. Sin embargo, en mayo, la inversion en TV desciende y representa el 79% del total de gastos en propaganda, mientras que aumenta el porcentaje de propaganda en la prensa a 19%, el mas alto del año (nunca habia sido mas alto que el 7% antes).

Las explicaciones de esta disminucion puede estar en el alto costo de la TV, por una parte, o en el hecho que la prensa empieza a involucrarse fuertemente en la campaña, o puede ser algo meramente transitorio.

La difusion de la campaña de gobierno "Democracia, SI" en la prensa se hace a traves de todos los diarios metropolitanos, salvo "La Epoca" y "Fortin Mapocho". Con respecto a las revistas, se utiliza "Ercilla" y "Estrategia".

SOMOS MILLONES

Durante el mes de mayo de 1988, continua la campaña "Somos Millones" en la TV, pero con mucho menor frecuencia que en los primeros meses del año. Se transmiten 170 spots, mucho menos de la mitad de abril, y ocupa cerca de dos horas y medio en su difusion.

Esta disminucion se refleja claramente en los costos: pasa de un total de \$138.567.700 en los canales 7, 11 y 13, en abril a \$42.860.400 en mayo. De este total, el 50,5% corresponde a la difusion en el canal nacional, el 34,7% al canal de la U. Catolica y 14,7% al canal 11.

Campaña "Somos Millones"

1988	No. Spots por canal			Total Spots	Tiempo	Costo en \$
	C. 7	C.11	C.13			
Enero	159	131	148	438	6h 10"	138.736.900
Febrero	163	168	170	501	8h 3"	164.492.800
Marzo	168	175	77	443	6h 10"	135.774.500
Abril	170	176	110	456	6h 30"	138.567.700
Mayo	58	62	50	170	2h 25"	42.860.400

Los spots que mas se difunden en este periodo, son los cuatro compuestos por escenas de los spots de la campaña "Somos Millones", transmitidos los primeros meses del año, y tambien por algunas imagenes de la campaña "Yo quiero este pais" de septiembre de 1987.

Estos spots compuestos son aquellos que sostienen que Chile tiene menor pobreza y mejores condiciones de vida, gracias a que hay mayor gasto social, mejores opciones de trabajo, mas inversiones y una economia floreciente.

De hecho, son una respuesta al ataque de la oposicion al problema de la pobreza en Chile.

DEMOCRACIA, SI

Esta nueva campaña se inicia en mayo y compensa, en parte, la disminucion de la de "Somos Millones", que ya empezaba a saturar a la poblacion. Como es habitual, se realiza orquestadamente a traves de la TV, la radio, la prensa, revistas y afiches en los Metros. Tomando solamente los costos de la difusion a traves de la TV y prensa y revistas, el valor en TV representa el 87,9% del total.

El costo de esta nueva campaña en TV, en mayo, es de \$125.172.800, que corresponde a la transmisión de 443 spots que ocupan 5 horas 40 minutos aproximadamente. De este monto, un 50.7% corresponde al precio de la transmisión en el canal nacional, 9,8% en canal 11 y 39,4% en canal 13.

"DEMOCRACIA, SI", en TV
MAYO, 1988

Canal 7	Numero de spots		Total Spots	Tiempo	Costo en \$
	Canal 11	Canal 13			
145	169	129	443	5h 40'	125.172.800

Esta formada por cuatro spots que identificaremos, por las escenas que muestra, como:

- a. Construcción del Congreso
- b. Confección de una urna de votación
- c. Tren de Juguete
- d. Alas delta

Todos empiezan de la misma forma, con unas letras blancas que van desplazándose sobre un fondo azul y que dicen (al igual que la voz profunda en off del audio):

"Mejor que hablar de Democracia es saber de ella,
y el Gobierno quiere que Ud. sepa".

Estas frases iniciales son un desafío y un ataque a la oposición.

Es un reto, porque toman su idea fuerza, democracia, que ha sido su bandera de lucha, y se apropian de ella. Esto equivale a lo que hace el judoka, que utiliza en su beneficio la fuerza del contrario para derribarlo y derrotarlo.

Esta táctica es usada frecuentemente por el gobierno y tenemos varios ejemplos de ello. El general Pinochet usó el lema "Somos Mas" de la oposición, en su discurso en Vifa del Mar, hace aproximadamente un mes, diciendo "...porque, somos mas, somos millones". También observamos como, tanto Pinochet como los diversos representantes de su gobierno, han tomado el tema de los "cinco millones de pobres" (como ya lo vimos con los últimos spots de "Somos Millones"), que hiciera famoso un dirigente político DC en una intervención en la TV. Igual ocurrió con el tema de los "allegados" al que hiciera referencia un dirigente político IC en otro programa de TV. Al día siguiente, el general Pinochet se hacía cargo del problema y lo mencionaba en un acto público. El spot "Por el amor de Toño", que empieza a difundirse en junio de 1988, responde a esta inquietud por el problema de la vivienda y el de los allegados.

Por otra parte, atacan a la oposición insinuando que solo "habla" de democracia, no es más que su tema de conversación. Esta implícita la acusación de que los políticos se limitan a las palabras, pero no hacen nada, mientras que este gobierno es quien actúa, enseña y educa con respecto a la democracia.

Ademas, con esta presentacion, el objetivo es presentar los mensajes que van a continuacion como informacion y no como propaganda, que es lo que realmente es. Es una forma encubierta de manipulacion.

Todos hacen referencia a la Constitucion.

Las frases finales y la imagen final tambien son iguales para los cuatro spots. Dicen:

" Preparense. La Democracia esta a un paso.
DEMOCRACIA, SI
Plena, moderna, estable"

Durante este mensaje, se ve en pantalla una urna de votacion de color cafe y una mano con un voto, que dice DEMOCRACIA, introduciendolo en la urna. Despues aparecen las letras abajo: "DEMOCRACIA, SI". Y mas abajo, "Plena, moderna, estable".

Al igual que en propagandas anteriores, buscan provocar asociaciones obvias, como es en este caso la Democracia con el SI.

Ademas, presentan la democracia como si fuera un personaje que va a llegar de visita. En un momento no se tiene y al siguiente ya esta ahi. Y esto se conseguiria automaticamente a traves del SI en el plebiscito.

Con respecto a los calificativos de la democracia, que es una democracia plena? Y una moderna? Lo opuesto a una democracia atrasada? Que la define? Esto no lo dice la propaganda, pero suena bien y deseable. Se busca que los televidentes reaccionen positivamente al mensaje, aun cuando no lo entiendan o no les quede claro.

En cuanto a su estabilidad, resulta un tanto ironica esta propaganda. Chile ha sido un pais con una democracia estable hasta que el golpe de estado de 1973 acabo con ella. Es decir, que destacan como cualidad y ofrecen ahora lo que ellos mismos quitaron. Pero, por otra parte, quien garantiza la estabilidad, cuando se amenaza con volver a repetir lo mismo si se considera necesario?

a) Construccion del Congreso.

Las imagenes durante el spot muestran a obreros trabajando en la construccion de muros de ladrillos, que corresponderian al Congreso Nacional, puesto que aparece un letrero que lo anuncia: "Aqui se construye el nuevo Congreso Nacional". Tratan de asimilar la construccion del Congreso a la construccion de la Democracia.

Sin embargo, estas imagenes serian falsas puesto que no corresponden a la edificacion del Congreso Nacional. Recien acaba de aprobarse el proyecto de su construccion y esta aun no se ha iniciado.

En el audio se escucha una voz en off de hombre que dice:

"La Constitucion asegura la construccion de una democracia moderna, con un congreso dinamico e independiente en el que se gestaran las leyes del pais..."

Este spot valora el establecimiento del Congreso Nacional como un elemento importante de la Democracia. Responde a la inquietud de la poblacion por el pronto restablecimiento de las principales instituciones que aseguran un sistema democratico.

Utilizan terminos con connotaciones positivas (modernidad, independendencia, dinamismo, etc), para lograr actitudes favorables, y suficientemente vagos en este contexto como para que cada uno les de la interpretacion que mas les acomode. Sin embargo, no hay garantias de la veracidad de lo que afirman.

Anuncian un Congreso dinamico e independiente. Como puede ser independiente un organismo al que se le ha designado de partida a mas del 25% de sus miembros, mientras los otros son elegidos por sufragio directo? Ahi hay un elemento en su constitucion que ya esta viciando su independencia.

Agrega la voz: "Y sera este mismo Congreso Nacional, quien tendra una funcion fiscalizadora de los actos de gobierno". Esto no se diferencia de lo que decia la Constitucion de 1925, aunque la propaganda lo anuncie como original.

En el fondo, se sugiere que el gobierno ya no podra hacer lo que quiera, porque esta el Congreso (Senado y Camara de Diputados) para fiscalizarlo. Sin embargo, esta fiscalizacion solo la puede realizar la Camara de Diputados. Pero, tenemos al mismo tiempo algo diferente de la Constitucion anterior, y que la propaganda no menciona, y es que el Presidente de la Republica puede disolver la Camara de Diputados una vez durante su mandato.

En resumen, hay sugerencias de que a la vuelta de la esquina nos espera algo nuevo, apetecible y que lo conseguiremos con el SI en el plebiscito. Presentan como novedad algo que era normal en Chile antes del Golpe y que solo los mas jovenes no conocieron, por lo que este anuncio puede resultarles atractivo. Ellos son los verdaderos destinatarios de este mensaje.

b) Confeccion de la urna

En pantalla vemos un taller de carpinteria, con un maestro de mayor edad, un ayudante y un aprendiz joven, quienes estan fabricando una urna de votacion. Cuando la terminan, el joven, apoyado y estimulado por el maestro, introduce un voto, su primer voto, en ella, mientras los mayores lo miran orgullosos y con actitud paternalista.

El mensaje es: "Con la constitucion, Ud. votara para elegir al Presidente y, posteriormente, a los miembros del Congreso Nacional".

Este es un mensaje engañoso por dos razones. Primero, no se sabe a que periodo hace referencia. Se refiere al plebiscito o al periodo posterior, cuando haya alguna normalidad en el pais? Si habla que la democracia esta a un paso, podriamos presumir que esta refiriendose entonces al plebiscito. Segundo, porque no se trata de una eleccion de Presidente, en el sentido corriente del termino. No hay eleccion libre entre varias alternativas. Solo se puede indicar si se desea que continúe o no este gobierno, con la persona designada por la Junta de Gobierno a su cargo.

Con respecto a la eleccion de los miembros del Congreso Nacional, tambien es poco claro, porque se sugiere que uno los elige a todos y ya vimos antes que un cuarto de los senadores son designados.

Sigue la voz: "Al emitir su voto, cada chileno hara ejercicio de un derecho y un deber con la mayor responsabilidad: asegurar una democracia estable para Chile".

Aqui caben las observaciones anteriores con respecto a que ofrecen lo que ellos mismos quitaron, la posibilidad de cada chileno de decidir su futuro mediante el voto. Se ha recuperado la condicion de ciudadanos responsables y por lo tanto capaces de elegir su destino, de la que estuvieron privados durante estos 15 años.

Al mismo tiempo nos llaman a votar y eso seria por el SI, que equivale a democracia estable en la propaganda.

c) Tren de Juguete

Mientras en pantalla se observa un tren eléctrico de juguete, muy lindo, que circula por los rieles y una mano dirige su paso, se oye una voz que sostiene: "En el pasado los Presidentes de la República se quejaban, con razón, de que no tenían suficientes facultades para gobernar con eficacia (En este momento el tren en pantalla se cae a un barranco). Hoy la constitución robustece la facultad del Pdte, pero a la vez crea mecanismos de control (se ve un dedo que detiene a la locomotora y luego la deja seguir) por el Congreso, logrando un justo equilibrio de los poderes".

Este mensaje sugiere que el autoritarismo es una cualidad deseable, y que es garantizada por la Constitución del 80. Sin embargo, para que la población no se asuste pensando que el Presidente de la República puede hacer cualquier cosa, agregan el comentario sobre la posibilidad de fiscalización del Congreso, cuyas restricciones ya hemos visto.

Por otra parte, no es cierto que haya mayor equilibrio de poderes. Además del poder ejecutivo más fuerte, tenemos un Consejo Nacional de Seguridad que está por encima de ellos y que le hace la contraparte al ejecutivo.

d) Alas Delta

Las imágenes son de un muchacho joven que se prepara para volar, desde lo alto de un cerro, en un "Alas Delta" y se lanza al vacío y empieza su vuelo por sobre el mar. Da una sensación de amplitud y de libertad, impresión que refuerza el mensaje ("camino de progreso y libertad")..

Este spot es el único que está dirigido abiertamente a los jóvenes que votan por primera vez.

Dice: "A ti que votas por primera vez, el plebiscito te da el derecho y el deber de decidir sobre el futuro de tu país. Tal como lo establece nuestra Constitución, vamos a entrar en otra etapa política, la institucionalidad plena. Chile necesita de tu voto responsable para continuar este camino de progreso y libertad".

Nuevamente, el spot sugiere que estamos cercanos a una situación muy deseada, la de la institucionalidad plena, aun cuando esta no se precise. Asimismo, señala a los jóvenes su responsabilidad para que este sistema, que les da y garantiza progreso y libertad, continúe. Obviamente, esto se consigue mediante el voto SI en el plebiscito. Al mismo tiempo, apela a su patriotismo al indicar que Chile los necesita e identifica a Chile con este gobierno y Pinochet.

Las imágenes enfatizan el mensaje. Cuando hablan de progreso y libertad plena, el joven vuela en el espacio, libre y hacia adelante.

Conclusiones

Con respecto a esta campaña: "Democracia, Si", todo el énfasis está en la existencia, en un futuro, cuando llegue la democracia, de un Congreso Nacional que va a fiscalizar al Presidente de la República, aun cuando este va a tener mayores poderes que los que le otorgaba la Constitución de 1925.

Aquí encontramos dos mensajes que parecen contradictorios, pero que de hecho están dirigidos a dos tipos de público:

a) La garantía de la existencia de un Congreso Nacional con poderes fiscalizadores va dirigida a aquellos que piensan que este gobierno ha hecho una buena labor en el plano económico, pero que no quieren que el Pdte. siga teniendo tantos poderes y pueda actuar con tanta impunidad. Les preocupa los derechos humanos. Esta es una respuesta a esa inquietud.

b) Por otra parte, están aquellos que temen que la apertura democrática pueda traer consigo desorden o dificultades para controlar las demandas que se produzcan. Para ellos va el mensaje del fortalecimiento del poder presidencial, que no permitiera que se desmande la nueva situación creada por la vigencia del nuevo sistema político. O sea, se trata de reforzar a los actuales partidarios que no quieren cambios.

En resumen, podemos afirmar que la campaña "Democracia, SI" utiliza la táctica de apropiarse de la idea fuerza de la oposición (Democracia), para sus propios fines, como lo ha hecho con otros problemas antes, y, también, que ofrece, como novedad, un sistema que el mismo gobierno militar demolió y eliminó en septiembre de 1973, al interrumpir el proceso democrático.

Buena parte de los mensajes son engañosos. Son distorsionadores porque sugieren cosas que no son, porque dicen verdades a medias, al omitir información que podría aclarar los mensajes y porque utilizan un lenguaje con connotaciones positivas, pero muy vago, para conseguir reacciones emocionales favorables, sin que corresponda necesariamente a la realidad.

Estos mensajes están diseñados para llegar, especialmente, tanto a las personas menos informadas e interesadas, que no se percatarán de la manipulación implícita en esta información, como a los más jóvenes que no conocieron o no recuerdan lo que es vivir en democracia. Estos sectores son más influenciables y algunos forman parte del grupo de los indecisos, objetivo básico de la campaña de gobierno.