Segundo Cuerpo

Esfuerzos comunicacionales en Inglaterra por cambiar la percepción sobre el senador vitalicio

La imagen latente de Pinochet

Renato Castelli

A más de tres meses de la detención del general (r) Pinochet en Londres, sus partidarios han intensificado una campaña comunicacional que incluye el envío de postales a líderes de opinión en Inglaterra, con leyendas alusivas a la causa del octogenario militar. Una de ellas es la imagen de Pinochet entregando el poder a Aylwin. Parte de esta estrategia para intentar contrarrestar la deteriorada imagen del senador en Europa fue también la publicación de fotos suyas en su lugar de detención, sentado y apoyándose en un bastón, un cuidadoso golpe de efecto preparado por los asesores del retirado general. Otros tantos esfuerzos se han desplegado en tratar de intervenir en programas radiales y de televisión y en artículos de diarios y revistas de Gran Bretaña.

El jueves, uno de los ingredientes de la campaña fue objetado por canciller José Miguel Insulza, quien criticó severamente el libro "Un cuento de dos chilenos: Pinochet y Allende", escrito por Robin Harris, quien fuera ayudante de la Primera Ministra Margaret Thatcher. Insulza, el principal "operador" chileno para conseguir la vuelta de Pinochet, dijo que el libro no ayuda a la campaña en favor del senador vitalicio, ya que está repleto de "barbaridades y contradicciones" aludiendo, por ejemplo, al famoso Plan Z, "un invento absoluto".

Así la campaña comunicacional encabezada por el abogado chileno residente en Londres Fernando Barros, que lidera el grupo "Chilenos por la reconciliación", se enfrenta al público inglés y chileno con argumentos que pueden no ayudar a la causa del senador vitalicio. Por ejemplo, en la página web del grupo -ubicada en www.reconcile-chile.co.uk- se explican, en inglés, las motivaciones de sus autores y se perfila a los integrantes de la organización. "Este movimiento agrupa a hombres de negocio, profesionales, líderes de comercio y gente común cuyas vidas fueron dañadas por la guerra civil en Chile. Estas personas han contribuido a un fondo que paga esta campaña", se lee.

Para Fernando Barros, la iniciativa comunicacional "no tiene como objeto modificar la imagen del general Pinochet, sino que precisar aspectos fundamentales de la realidad histórica de Chile". Sostiene el abogado que la versión mostrada por la mayoría de los medios durante estos meses ha sido completamente unilateral, "una visión demoniaca de la persona de Pinochet y de su obra. Nada bueno se reconoce y se niega el contexto en que las cosas ocurrieron". En ese sentido, el grupo basa sus envíos postales en el concepto básico de que "la recriminación es enemiga de la reconciliación".

"Creo que en Europa hay un juicio formado que no es fácil modificar con la emisión de folletos. Cualquier campaña que pretenda alterar la opinión de la generalidad de la población enfrenta dificultades", afirma Gustavo Martínez, director del área de estudios de conducta electoral y de opinión pública del Instituto de Ciencia Política de la Universidad de Chile.

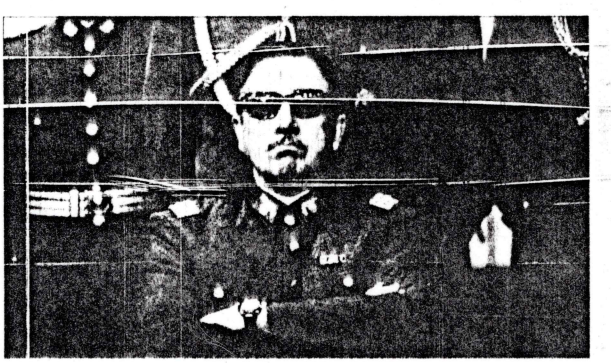
"La imagen más común de Pinochet en Europa es la de un dictador que se apoderó del país y bajo cuyo gobierno hubo sistemáticas violaciones a los derechos humanos. Esa imagen negativa quedó claramente en los medios intelectuales europeos y en la generalidad de los partidos, no sólo de izquierda.", sentencia Martínez. Y contra esa muralla se dirige la campaña comunicacional del retirado general.



EL MERCURIO / JUAN EDUARDO LOPEZ

La foto *de Pinochet publicada el domingo pasado fue un golpe de efecto cuidadosamente preparado por los asesores del general (r).*

Expertos en marketing político analizan fortalezas y debilidades de la campaña de partidarios del ex comandante en jefe del Ejército, que incluye una página web, publicación de libros e intervenciones en foros periodísticos de medios ingleses.



La historia *de esta foto da cuenta de cómo se crean las imágenes. Pinochet estaba con lentes fotocromáticos, que se oscurecieron cuando operó el flashazo de la cámara. La foto dio la vuelta al mundo.*

REFUERZO

Para el académico, los esfuerzos de los partidarios del senador por lo menos han logrado que los británicos estén desconcertados. "Ven que Pinochet tiene detractores por violaciones de derechos humanos, pero que también tiene gran cantidad de seguidores y eso hace que la imagen ya no sea tan nítida". Según Martínez, se refuerza la percepción de que mucha gente en Chile piensa que Pinochet violó derechos fundamentales, pero que también evitó una guerra civil y se decidió a intervenir para evitar males mayores. "En ese sentido tal vez la campaña sea tardía, pero me imagino que obedece a esa estrategia de hacer ver que las cosas no son como habitualmente se piensan", sostiene.

Federico Willoughby-Macdonald fue asesor comunicacional de la Junta de Gobierno encabezada por Pinochet y también trabajó en las administraciones de Jorge Alessandri y Patricio Aylwin. Hoy, es presidente regional de Carma International, una empresa de revisión de medios, análisis e investigación. Para el periodista, la imagen del senador Pinochet en Inglaterra, "es un producto acotado por índices de público adverso, partidario o neutral, dentro de cada segmento sociológico. Las opciones de cambio son equilibradas en cuanto a que el resultado puede variar el índice, igual a favor que en contra".

Agrega que como imagen, "la figura del senador en Europa está más asociada a factores negativos que a estímulos positivos".

Willoughby no se aventura a evaluar la campaña. "No tenemos la

(Continúa en la página 2)

(Viene de la página 1)

La imagen latente de Pinochet

totalidad de los elementos de su campaña, por lo que es imposible evaluar su calidad. Sólo está considerada con características de ser muy rica en recursos", dice el periodista.

Quien tiene una posición más crítica es Joel Muñoz, director de Cambio Creativo, oficina de publicidad y márketing político, frecuente colaboradora de campañas concertacionistas, en especial del Partido Socialista.

"Pinochet no es una imagen, es una realidad que gobernó durante 17 años con resultados de tres mil muertos, una constitución, un cambio de sistema político y una fuerte influencia sobre un par de generaciones de chilenos en cultura e identidad nacional. No se pueden revivir los muertos y todos los otros elementos son muy difíciles de cambiar", afirma Muñoz.

El creativo estima que ya que la campaña difícilmente puede influir en los jueces británicos, otra posibilidad es que los esfuerzos comunicacionales estén destinados a intervenir en la política chilena. "Aprovechar a Pinochet, y su situación de '*víctima de una conspiración*', como un medio en un año de elecciones para aglutinar fuerzas en torno de él". Muñoz agrega que ha sido una buena política para reagrupar a figuras de la derecha que se estaban alejando de la influencia del ex general.

No obstante reconocerle esa facultad a los esfuerzos comunicacionales de los colaboradores de Pinochet, Muñoz estima que los hechos que rodean a la ofensiva comunicacional en sí -descalificación de Joaquín Lavín por parte de Lucía Pinochet y apoyo tácito de Pinochet al renunciado DC Arturo Frei- conforman "un chiste estratégico que no sé cuánto daño les pueda hacer".

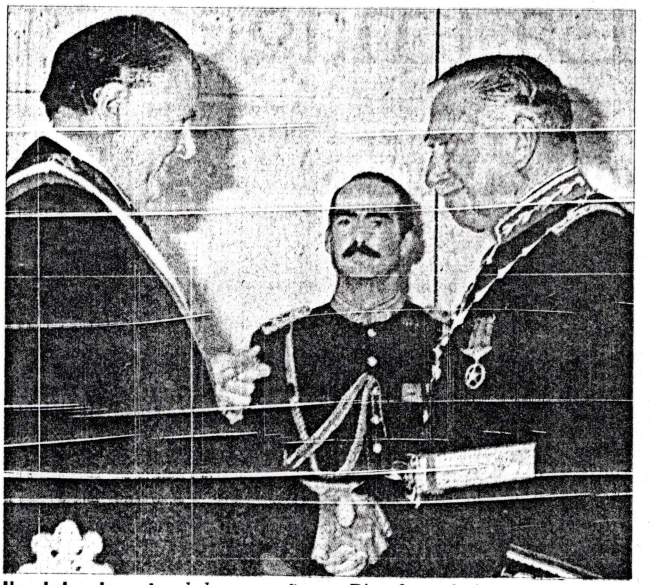
Desde su punto de vista "más que de comunicaciones hay problemas políticos, simplemente no hay estrategia. Hay intenciones y pretensiones estratégicas que parten del supuesto que siempre partió la comunicación de Pinochet, que la gente es tonta. Gente a la que uno puede engañar diciéndole cualquier cosa, pero las personas están informadas y se dan cuenta", afirma Muñoz.

SATISFACCIÓN

Hasta el momento, los organizadores de la nueva estrategia comunicacional de Pinochet están satisfechos. En la página web han tenido cerca de 30 mil contactos los primeros tres días y la cifra casi se duplica cada jornada que pasa. También se anotan como puntos positivos la gran cantidad de gente que se ha logrado situar en debates y artículos periodísticos, defendiendo la tesis pro Pinochet. El abogado Fernando Barros asegura que han puesto la discusión en otro nivel y que "hay apertura ya no al análisis morboso de que si a un señor fue efectivamente torturado o no, sino que a los efectos que tiene la detención para Chile. Si se justifica o es procedente que se pase a llevar la democracia chilena".

Consultado sobre si ese tipo de argumentación política aparece como muy débil frente a la fuerte imagen de violación de derechos humanos, Barros asevera que "eso lo tenemos claro. Pero hay un punto en que hemos insistido y es que los periodistas y la opinión pública no son jueces. La justicia no se hace sobre la base de encuestas de opinión, paneles o discusiones en la prensa. Si estamos hablando de justicia, tenemos que la persona tiene el derecho a ser considerada inocente mientras no se pruebe que es culpable".

Le llama la atención al cientista político Gustavo Martínez la deteriorada imagen del general Pinochet en Europa en comparación con otros dictadores del cono sur latinoamericano. Admitiendo que todas las muertes fuera de la normalidad son censurables, no importando moralmente su cantidad, el académico de la Universidad de Chile sostiene que los muertos por la represión en Chile fueron menos que en Argentina, aun comparando las poblaciones. "Pero la imagen de Pinochet en el mundo es mucho peor que la de los dictadores argentinos", dice. Eso se debería a dos cosas: a la gran caja de resonancia que dieron al problema chileno los miles de exiliados por la dictadura y a la personalización del poder por parte de Pinochet. "Así aparece como mucho más ogro que sus congéneres latinoamericanos", afirma. Y ése es un problema de imagen difícil de subsanar.



Uno de los elementos *de la campaña pro Pinochet es la imagen del cambio de mando.*

Recetas para el cambio

La experiencia de la guerra fría podría eventualmente hacer más permeables a los ingleses a las afirmaciones de que Pinochet salvó al país de un gobierno comunista, según Gustavo Martínez. "Por ejemplo, mostrar esa foto de Allende con un fusil AK47, es afirmar que se preparaba para un intento revolucionario y que los militares se adelantaron. La figura de Allende en Europa es la de un político absolutamente democrático, apegado al derecho y que quería inaugurar una nueva vía al socialismo", postula Martínez.

En cambio, para Federico Willoughby el elemento que se debería destacar en una campaña comunicacional es la evolución de Pinochet "de caudillo militar a Presidente y senador constitucional, dentro de un país democrático, en Estado de Derecho".

Joel Muñoz estima que la actual ofensiva comunicacional es completamente errada. "Creen que al mostrarlo como a una víctima anciana, la gente se olvidará de que está siendo juzgado por crímenes contra la humanidad", dice. "Lo que Chile espera es que él tenga un gesto de reconocimiento de responsabilidad en dramas que no están curados. Yo creo que engrandecería al personaje el que reconociera sus faltas", agrega Muñoz.

Sobre esa posibilidad, el abogado Fernando Barros afirma desde Londres que "hay opiniones divididas sobre causas, consecuencias, responsabilidades y sufrimientos durante Allende y durante Pinochet. Por tanto nadie puede exigirle al otro que pida perdón porque eso implica humillarlo".