

Universidad Academia De Humanismo Cristiano.
Escuela De Periodismo.



UNIVERSIDAD
ACADEMIA
HUMANISMO CRISTIANO
BIBLIOTECA

Medios Escritos de Distribución Gratuita:
**"Publmetro una instancia hacia la descentralización
del monopolio periodístico nacional."**

*Tesis para optar al grado académico de
Licenciado en Comunicación Social y
al Título de Periodista.*

*Profesor Guía:
Doctor Alvaro Cuadra.*

*Alumnos:
Cristian Mauricio Retamal Cañete.
Juan Andrés Zamorano Farías.*

...Al lograr la meta uno mira hacia atrás, medita y logra recordar todas las penas y alegrías. Quedan en la retina esas personas que nos ayudaron sin condiciones y que son parte de este logro.

Quiero dedicar este trabajo final a mis padres Hernán y Norma, que de formas muy diferentes supieron apoyarme y aconsejarme en esos momentos difíciles. También a mi polola Carolina y mi hijo Elías, que son una motivación todos los días.

Pero la principal responsable de este título es mi abuela paterna Silvia, por que me lo ha dado todo y ha sido mi principal inspiración.

Cristian.

...En estos momentos recuerdo aquel taller de periodismo en mi liceo, el cual me iluminó para descubrir cuál era mi vocación. También se viene a mi mente el mes de marzo de 1996, cuando desde Santa Cruz – mi ciudad natal – vine a estudiar a Santiago con una mochila llena de ilusiones.

Este trabajo deseo dedicarlo al matrimonio Faúndez – Gálvez por el apoyo que me brindaron durante mis primeros años de estudio, a mis tías Bernarda y Teresa por haberme acogido en el seno de su hogar, y especialmente a mis queridos padres María Eugenia y Juan Segundo, por haber creído en mi desde un comienzo y apoyarme en esta aventura de sacar adelante mi carrera.

Juan.

INDICE

CONTENIDO

Portada	<i>Página 1.</i>
Índice	<i>Página 2.</i>
Introducción	<i>Página 4.</i>
Capítulo I: Importancia de la prensa escrita	<i>Página 12.</i>
1.-El rol de la prensa escrita como medio de comunicación social.	
2.-Influencia de la prensa escrita en acontecimientos históricos a nivel nacional y mundial.	
Capítulo II: Medios de prensa escritos en Chile	<i>Página 25.</i>
1.-Nacimiento y desarrollo de la prensa escrita en el país.	
2.-El antes y después del 11 de septiembre de 1973 en los medios escritos.	
Capítulo III: Los medios escritos de distribución gratuita, una instancia hacia la descentralización del monopolio periodístico nacional	<i>Página 47.</i>
1.-Las primeras experiencias de medios de distribución gratuita en el país.	
2.-Origen y desarrollo de <i>Publimetro</i> en Chile.	
3.-El surgimiento de nuevos medios escritos de distribución gratuita en el país.	
4.-Perfil periodístico de <i>Publimetro</i> .	
5.-Perfil periodístico de <i>La Hora Y La Hora de la Tarde</i> .	
Conclusión	<i>Página 90.</i>
Bibliografía	<i>Página 94.</i>
Apéndice	<i>Página 97.</i>

INTRODUCCION.

DESCRIPCION DEL PROBLEMA.

El diario *Metro* comenzó a distribuirse en las estaciones de metro de Santiago el día 14 de enero de 2000, tomada de una idea impulsada por el holding sueco Modern Times Group (MTG), empresa que durante los últimos años ha incursionado también en los medios televisivo y radial, aunque con estos rubros aún no llegan al país.¹

En el ambiente nacional la idea de un medio de prensa escrito gratuito generó diversas reacciones, mientras la Asociación Nacional de la Prensa (ANP) protestaba llegando a entablar acciones legales, el Colegio y Círculo de Periodistas felicitaban dicha iniciativa pues generaría trabajo para miles de profesionales cesantes y, además, ayudaría siendo una alternativa diferente dentro de los medios tradicionales.

El 31 de enero de 2001 la Corte Suprema de Justicia rechazó un contrato existente entre Metro S.A y el grupo escandinavo MTG, razón por lo cual al día siguiente el diario comenzó a circular fuera de las estaciones bajo el nombre de *Mtg* (adoptando las siglas del consorcio Modern Times Group).²

Este medio, que se llama *Publimetro* desde el 22 de mayo de 2001 y que cuenta con un tiraje de 120.000 ejemplares diarios en la capital, se distribuye de lunes a viernes en las afueras de todas las estaciones del tren subterráneo, sucursales de

¹ Véase anexos, entrevista a Janson, Jenny. Relacionadora Pública. Publimetro. Santiago.

² www.emol.com/internet.

librerías y cafeterías más importantes de Santiago, 21 servicentros Copec del sector oriente y en varias intersecciones de calles bastante transitadas.³

En agosto de 2001 Metro Internacional se separó del grupo MTG para cotizar como empresa independiente en las bolsas de Nasdaq y Estocolmo, mientras tanto en Chile durante diciembre del mismo año, *Publimetro* comenzó a repartirse en la V Región de Valparaíso, posteriormente se expandiría a Rancagua y Concepción.

Como dato estadístico, *Publimetro* está presente en 16 países del mundo y en todos posee el mismo estilo en cuanto a diagramación, se le calculan cerca de 9 millones de lectores a nivel mundial y entre 250 y 300 mil en Chile, teniendo en Santiago un total de 50 funcionarios y 30.000 socios inscritos.⁴

A partir de esta experiencia, se han sumado dos diferentes medios de distribución gratuita que ocupando el mismo escenario compiten por la mirada diaria del pasajero del servicio del metro. Estos son repartidos en los accesos a las estaciones y algunos puntos de mucha afluencia en el área metropolitana.

Uno de los matutinos es *La Hora*, inspirado en *Publimetro*, con otros colores pero el mismo formato, estilo de noticias e información y es su competencia directa.

Luego aparece el periódico *La Voz de La Tarde*, con idéntico formato y sólo con diferente horario de distribución y planteándose como el tercer producto, poniendo en competencia a la Empresa Periodística La Nación. Copesa también comenzó a competir en el horario vespertino con *La Hora de La Tarde*, de similar formato al

³ Vease anexos, entrevista a, Janson, Jenny. Relacionadora Pública. Publimetro. Santiago.

⁴ www.publimetro.cl/internet.

matutino del mismo nombre, poco tiempo después *La Voz* no pudo con Copesa y dejó de circular.

También existen algunas experiencias de periódicos, revistas y folletos de distribución gratuita en regiones, provincias, comunas y localidades de nuestro país. Si bien no responden a las mismas características de las ya nombradas, en lo que a éxito comercial se refiere, son esenciales para la descripción de este tipo de medios, su importancia y presencia en la prensa chilena.

HIPOTESIS.

- *Publimetro* inaugura un ámbito en Chile que antes no se conocía, como es la circulación gratuita orientada a un público de masas, a diferencia de otras publicaciones institucionales, comunales o locales.
- Los periódicos de distribución gratuita se financian principalmente gracias a la inversión publicitaria que se paga en estos, el cual garantiza un número fijo de contactos diarios.
- Los medios gratuitos constituyen una clara reacción al monopolio comercial de la prensa escrita, representada en los consorcios Copesa y *El Mercurio*.
- Los medios de distribución gratuita que no se concentran en los grandes consorcios periodísticos (Copesa y *El Mercurio*), no representan una real amenaza para estos en términos comerciales.

OBJETIVO GENERAL.

- Describir el perfil periodístico de *Publímetro* y *La Hora*, en cuanto a su estructura, orientación y circulación.

OBJETIVOS ESPECIFICOS.

- Describir la situación de estos medios en torno a la competencia que representan los diarios de los grandes consorcios periodísticos.
- Describir las experiencias internacionales que influenciaron el nacimiento de este tipo de periódicos en Chile.
- Comparar el tipo de periodismo entre un medio gratuito y uno escrito a la venta.
(Nivel de reporteo y fuentes informativas.)
- Comparar la estructura (columnas de opinión, reportajes, entrevistas, etc...) de estos periódicos con relación a un medio escrito a la venta.
- Indagar de qué forma *Publímetro* influenció en el nacimiento de los nuevos medios de prensa escritos de repartición gratuita que surgieron en el país.
- Averiguar el tipo de financiamiento de estos periódicos si su distribución es de carácter gratuito. (Inversión publicitaria).

DISCUSION METODOLOGICA.

La orientación metodológica de esta investigación, por su tenor netamente periodístico no someterá nuestras variables de investigación a ningún tipo de manipulación, razón por la cual será de carácter no experimental. Además, nuestro estudio esta centrado en un período de tiempo determinado, por lo que también tendrá una característica transeccional.

A modo de resumen de este punto particular, señalaremos que nuestra tesis es de tipo no experimental, transeccional y descriptiva.

RELEVANCIA DEL TEMA.

La importancia que tiene la prensa escrita en el periodismo es innegable, el papel fue la primera forma en que se pudo desarrollar esta actividad, razón por lo cual podríamos afirmar que la prensa de mejor calidad es la escrita. En un diario, el periodista debe ser un profesional cien por cien, mientras que en radio o televisión un rostro bonito puede servir como periodista sin tener preparación.

En Chile, hasta el 11 de septiembre de 1973, el periodismo nacional vivió su época de oro gracias a las publicaciones de aquellos tiempos: diarios con orientaciones tan diversas como lo eran *El Mercurio* y *El Clarín*. Tras el golpe de estado, el gobierno militar intervino en la prensa escrita eliminando algunos medios y potenciando otros.

Lo que mejor grafica la importancia de la prensa escrita es, sin duda, un hecho ocurrido en Estados Unidos el año 1974, un suceso que quedaría grabado en el subconsciente de toda una generación. El acontecimiento del que hablamos es aquel complejo entramado de espionaje y corrupción que forzó la histórica dimisión del entonces presidente de Estados Unidos, Richard Nixon.

CAPITULO 1 :

LA IMPORTANCIA DE LA PRENSA ESCRITA.

1- EL ROL DE LA PRENSA ESCRITA COMO MEDIO DE COMUNICACION SOCIAL.

Cabe preguntarse ¿cuál es el rol que debieran jugar los medios de comunicación en Chile?. En general se habla que la prensa puede y debe desarrollar básicamente tres funciones claves para la profundización y salud de la democracia.

La primera de ellas es su rol como foro cívico que permita el debate plural de ideas; la segunda es su rol como agente movilizador de la participación pública y finalmente lo que los americanos llaman el rol de "watchdog" o perro guardián de las libertades civiles y políticas.

El primero de estos roles, el de foro cívico, apunta a la idea de transformar el debate público en un lugar donde las ideas con contenido puedan ser libre y públicamente debatidas facilitando la discusión informada de los temas y creando un nexo entre los ciudadanos y el estado. En el caso coimas y en el caso GATE, la prensa escrita ha publicado interesantes editoriales que han esbozado los temas de fondo asociados a estos casos como lo son el financiamiento de las campañas y de los partidos políticos, la transparencia de la información y la necesidad de contar con un servicio público bien pagado y profesional, entre otros. Sin embargo, en pleno despliegue mediático sobre el tema, sorprendió mucho la falta de contenido en los programas de televisión, sin duda el medio de comunicación de más masivo alcance en Chile.

Fue una pena ver tardes (y noches) completas gastadas en los llantos de aspirantes a cantantes o actores eliminados en un "reality show", y ni un minuto destinado a un buen programa de debate pluralista donde se pudiera analizar las causas y, más importante aún, las soluciones a casos como el Coimas.⁵

En general los medios de comunicación, y no sólo en Chile, sufren de varios problemas que limitan su capacidad como foros cívicos. Entre ellos la concentración de la propiedad de éstos en una sola mano o tendencia y el creciente rol del rating y los avisadores, lo que produce una homogeneización de la información, creando un debate "virtual" por sobre uno real.

A pesar de sus limitaciones, la prensa escrita puede y debe proveer de oportunidades, no sólo para el debate de las ideas fundamentales detrás de estos casos, sino también para un fin educacional. El simple reporte de los "hechos" (saber exactamente quién pagó, o quién pidió los dineros) no desarrolla la capacidad de la sociedad chilena de entender lo que pasó en el Ministerio de Obras Públicas o en el Banco Central y menos la capacidad de generar una respuesta como sociedad (ya sea a través de la creación de nuevas leyes o de la articulación de nuevos códigos éticos) que nos deje satisfechos y nos permita avanzar hacia una sociedad mejor.

En este sentido el rol de los medios de comunicación como foros cívicos que permitan transparentar el debate político de ideas -y no posiciones o intereses- es clave y beneficia a todos los chilenos, quienes en su gran mayoría se nutren de la información que reciben en los noticiarios o primeras páginas de los diarios como

⁵ www.lasegunda.cl/Internet.

única fuente para formarse una idea de los desafíos que debemos enfrentar todos si queremos salir airosos de casos como éstos.

El segundo papel de "watchdog" o perro guardián es igualmente importante pues protege contra los abusos de poder. En este último rol, la prensa debe de manera constructiva "vigilar" a los que están en posiciones de poder ya sea en el área pública como privada.

Así, la capacidad de desarrollar periodismo investigativo es fundamental a la salud de una democracia, especialmente cuando -como en el caso GATE y en el Banco Central- las conductas impropias involucran también a poderosas compañías y grupos económicos, los que han sido tradicionalmente menos vigilados que el Estado por los medios de comunicación en Chile.

Por último, la prensa también debe actuar como agente movilizador compartiendo, junto con los líderes políticos, la responsabilidad de estimular el interés en la vida pública y la discusión constructiva que permita transformar estos tristes sucesos en una oportunidad única de debatirlos, legislarlos y buscar el mejor mecanismo para que estos no se repitan. Esta es una oportunidad que no podemos desaprovechar.⁶

⁶ Santa Cruz, Eduardo. *Análisis Histórico del Periodismo Chileno*. Santiago. Editorial Nuestra América. 1988. Pag. 76.

2.-INFLUENCIA DE LA PRENSA ESCRITA EN ACONTECIMIENTOS HISTORICOS A NIVEL NACIONAL Y MUNDIAL.

Uno de los aspectos que mejor grafica la importancia que tiene la prensa escrita, es que esta ha influido en diversos acontecimientos históricos nacionales y mundiales, además, ha registrado y sido testigo de muchos sucesos que han marcado a la humanidad. En las siguientes páginas, desglosaremos algunos hechos de los cuales el periodismo escrito ha sido testigo y, además, ciertas influencias que han cambiado el curso de la historia.

La conquista de América se inició medio siglo después de la invención de la imprenta (1440), cuyo instrumento fue aprovechado en primera instancia para la cultura y las comunicaciones. En 1539, México fue el primer país latinoamericano en contar con este invento que revolucionó al mundo, luego le siguieron Perú en 1583, Guatemala en 1641, Paraguay en 1700, Cuba en 1707, Colombia en 1738, Ecuador en 1754, Argentina en 1764 y Chile en 1780. Por aquellos tiempos el periodismo estaba en germen, pugnaba por surgir como una necesidad social en esta parte del planeta.⁷

Hernán Uribe, en su libro *La Invisible Mordaza: El Mercado contra la Prensa*, nos relata que “el periodismo latinoamericano nació íntimamente ligado a la lucha independentista, era un canal que servía a la causa de la libertad, la principal

⁷ Uribe, Hernán. *La Invisible Mordaza: El Mercado Contra la Prensa*. Stgo. Editorial Cuarto Propio. 1999. Pag. 59.

expresión de cultura.”⁸

A nivel continental, los principales periódicos que ejercieron su influencia libertadora fueron *El Despertador Americano* y *El Ilustrador Nacional* en México; *El Peruano*, *El Amigo del Pueblo*, *El Centinela del Ejército* y *El Centinela en Campaña* de Perú; *La Gaceta de Caracas*, *El Correo de Orinoco*, *El Reconciliador*, *El Mercurio Venezolano* y *El Patriota* en Venezuela; *La Aurora de Chile* en nuestro país; *Diario Político de San José de Bogotá* y *La Bagatela* en Colombia; *El Cubano Libre* en Cuba y *La Gaceta de Buenos Aires* en Argentina.⁹

A nivel internacional, las dos guerras mundiales afectaron de manera considerable a las agencias informativas que proporcionaban de noticias a los medios escritos. Adolf Hitler reemplazó *Wolff* por *DNB*, además, en Alemania Federal surgió la *DPA* y en Alemania Democrática la *ADN*. En Gran Bretaña, por su parte, la *Reuters* tuvo una serie de complicaciones económicas debido a los cambios políticos vividos, no obstante, se recuperó plenamente en forma rápida.¹⁰

La tónica de las revistas francesas entre las dos guerras mundiales fue de reflexión y pensamiento, por una parte, y de profusión gráfica por otra. Mientras tanto en Estados Unidos, se produjeron tres novedades en el mundo de las revistas norteamericanas, en 1922 fue fundada *Readers Digest*, en 1923 se creó *Time*, y en 1936 nacieron *Life* y *Look*.

⁸ Uribe, Hernán. *La Invisible Mordaza: El Mercado Contra la Prensa*. Stgo. Editorial Cuarto Propio. 1999. Pag. 61 a 65.

⁹ Uribe, Hernán. *La Invisible Mordaza: El Mercado Contra la Prensa*. Stgo. Editorial Cuarto Propio. 1999. Paag. 61 a 65.

¹⁰ Santibáñez, Abraham. *Introducción al Periodismo*. Stgo. Editorial Los Andes. 1994. Pag. 81.

El conflicto de la Segunda Guerra Mundial forzó a muchos periódicos a optar por una definición, más adelante, un conjunto de disposiciones al finalizar esta confrontación bélica hicieron desaparecer a varios periódicos, los que habían permanecido circulando durante la ocupación. Fue sólo en la década del 50 que se empezó a definir la prensa de post guerra.

En el libro *Introducción al Periodismo* de Abraham Santibáñez, aparece un discurso de John Tebbel que resulta bastante decidor, este señala que *"a medida que el ámbito del periodismo se ampliaba hasta incluir la revista, que tuvo su rudimentario origen a comienzos del siglo XVII en Francia, hubo un correspondiente aflojamiento de los controles (del gobierno o de la iglesia). En este nuevo clima se llegó a la conclusión de que el periodismo no sólo se podía usar para diseminar información y propaganda oficial, sino – en el formato de revistas y hasta cierto punto en las columnas de los periódicos – también podía entregar información y cultura"*.¹¹

¹¹ Santibáñez, Abraham. *Introducción al Periodismo*. Stgo. Editorial Los Andes. 1994. Pag. 81.

EL CASO ESTADOUNIDENSE Y EL INOLVIDABLE CASO WATERGATE.

En su origen, los medios escritos de Estados Unidos estuvieron marcados por la tradición política británica, pero con el correr del tiempo su ámbito se fue ampliando. En 1914, cuando se fundó la oficina de auditoría – que estuvo encargada del control de los beneficios en esta materia – había 54 revistas generales y agrícolas, con 18 millones de ejemplares en total. Desde 1879 hasta hace algunos años, las facilidades que por ley dio el correo permitió el crecimiento de las publicaciones norteamericanas.

Tras la fundación en 1771 del periódico *News England Courant*, James Franklin – su fundador – fue procesado por desacato a las autoridades. No obstante, contra viento y marea, Franklin logró sobrevivir durante cinco años y, lo que es más importante, obligó a las autoridades coloniales a responder con la creación de su propia publicación.¹²

En aquella oportunidad Franklin “golpeó la mesa” y generó un cambio importante, ahora, 203 años más tarde serían dos jóvenes periodistas de un diario norteamericano quienes provocarían un “terremoto” histórico, un suceso que quedaría grabado en el subconsciente de toda una generación. El acontecimiento del que hablamos, es aquel complejo entramado de espionaje y corrupción que forzó la histórica dimisión del entonces presidente de Estados Unidos, Richard Nixon, en 1974.

¹² Santibáñez, Abraham. *Introducción al Periodismo*. Stgo. Editorial Los Andes. 1994. Pag. 85.

Bob Woodward y Carl Bernstein, del *The Washington Post*, fueron los profesionales de la prensa que tras una larga investigación – que incluyó una misteriosa fuente oculta del gobierno recordada como “Garganta Profunda” – lograron que Nixon renunciara a la presidencia ante las innegables evidencias de su accionar corrupto.

Ha pasado el tiempo y aún no se sabe a ciencia cierta quién fue “Garganta Profunda”. Los héroes periodísticos de este hecho – recordado como el caso Watergate – han prometido no revelar su identidad hasta que este muera. Pese a todo, se han producido una serie de elucubraciones al respecto, Jacob Bernstein – hijo de Carl – ha añadido en más de una ocasión estar seguro de que era Mark Felt, el número dos del FBI en la época de Nixon, aunque su padre lo ha desmentido públicamente.

Las iniciales de Mark Felt coinciden con la de My Friend, tal como Woodward y Bernstein le identificaron cariñosamente más de una vez. La directora de cine Nora Ephron, ex esposa de Bernstein, ha dicho reiteradamente que sus sospechas coinciden con las de su hijo, aunque ella no escuchó nunca su nombre en boca de su ex marido pues este sabía que de habérselo confiado, acto seguido *“lo iba a difundir a los cuatro vientos.”*

“He decidido dimitir”, explicó en su día Nixon, *“porque seguir luchando en los próximos meses por mi defensa personal, absorbería todo mi tiempo y desviaría la atención de la presidencia y del congreso, cuando lo que debe preocuparnos es la paz mundial y la prosperidad sin inflación en nuestro país.”*

“Ha sido un final de pesadilla para un largo sueño”, confió el ex mandatario a sus más estrechos colaboradores, momentos antes de subir por última vez al

helicóptero presidencial, el 9 de agosto de 1974. Poco después, se produjo el saludo de despedida a los norteamericanos desde la escalerilla del avión, rumbo a California.¹³

En 1999, se produjo otro escándalo protagonizado por otro presidente de Estados Unidos, Bill Clinton, aunque esta vez fue toda la prensa – no solamente la escrita – quien difundió el hecho y obligó a Clinton a pedir disculpas y enfrentar un juicio político.

En los diarios, radio y televisión, se comenzó a difundir una serie de antecedentes que dejaron al descubierto una relación extra conyugal de Clinton con Mónica Lewinsky, una becaria que desempeñó su práctica en la Casa Blanca. Aunque en un principio el primer mandatario desmintió todas estas acusaciones, finalmente terminó reconociendo que sostuvo una “*relación impropia*” con Lewinsky, por lo que debió pedir disculpas a la nación y enfrentar un juicio político del que resultó ileso, además, obtuvo el perdón de su esposa Hillary.

Según una encuesta dada a conocer aquel año por la agencia AP, cerca de la mitad de los ciudadanos estadounidenses consideró que este suceso, conocido como el caso Lewinsky, fue tan grave o más que Watergate.¹⁴

¹³ Diario El Mundo. España. Agosto, 1999.

¹⁴ Diario El Mundo. España. Agosto, 1999.

LA IMPORTANCIA DE LA PRENSA OBRERA EN CHILE.

La clase obrera en Chile tuvo un importante rol dentro de los medios de comunicación escritos. Eduardo Santa Cruz nos dice en su libro *Análisis Histórico del Periodismo Chileno* que la prensa obrera, según Luis Emilio Recabarren, “se caracterizaba por contenidos de fuerte oposición y crítica al sistema social y por su actitud contestataria y rupturista frente a él, incluyendo a la prensa liberal como defensora y sostenedora de los intereses de clase que favorecía dicho orden social.”¹⁵

Más adelante, el autor agrega que “en un sentido más específicamente periodístico, en la prensa obrera predominan los artículos de análisis, comentarios y narraciones de movimientos sociales y hechos de actualidad; orientaciones doctrinarias, polémicas, denuncias de defensores de organizaciones de trabajadores.” Pero no solamente en aspectos sociales ha influido la prensa escrita, es más, como respuesta a esta estrategia de los medios obreros surgió la respuesta política de *El Mercurio*.

El mismo Santa Cruz cuenta que, según Recabarren, este medio “era quien llevaba la vanguardia en el análisis de la cuestión social, difundiendo la idea que existían nuevas realidades sociales que no era sensato ni posible pasar por alto.” Agregando luego que “la preocupación de *El Mercurio* era evitar que las huelgas recurrentes y la politización de la acción obrera (pasos generales) obstaculizaran

¹⁵ Santa Cruz, Eduardo. *Análisis Histórico del Periodismo Chileno*. Stgo. Editorial Nuestra América. 1990. Pag. 51.

la paz social. La estrategia de El Mercurio era el arbitraje, argumentando que el estado constituía un aparato neutral".¹⁶

En 1975, se produjo un acontecimiento que demuestra el nivel de influencia que puede llegar a ejercer la prensa escrita, aunque en esta oportunidad tuvo un carácter bastante negativo y manipulador. Los diarios pertenecientes al Consorcio Periodístico de Chile y a *El Mercurio*, que sirvieron de cómplices y voceros del gobierno del general Augusto Pinochet, llevaron a cabo una operación propagandística para justificar el asesinato de 119 detenidos desaparecidos por la Dirección de Inteligencia Nacional (DINA).¹⁷

Al finalizar el año 2002, el periodista del diario *La Nación*, Víctor Gutiérrez, publicó un reportaje referente a la destrucción de información sobre detenidos desaparecidos por parte de un general de la Fuerza Aérea y, además, la participación de su esposa en sucesos de violación a los derechos humanos durante el régimen militar.

Gutiérrez, quien contó con la colaboración de un informante secreto identificado como "Colmillo Blanco", descubrió que el general Patricio Campos había destruido información sobre el paradero de detenidos desaparecidos, cuyos datos serían aportados a la mesa de diálogo sobre derechos humanos. Al seguir indagando, se llegó a la conclusión de que Campos había actuado de esa manera para proteger a su esposa, Viviana Ugarte, quien estaba vinculada al Comando Conjunto,

¹⁶ Santa Cruz, Eduardo. *Análisis Histórico del Periodismo Chileno*. Stgo. Editorial Nuestra América. 1990. Pag. 52 y 53.

¹⁷ Santa Cruz, Eduardo. *Análisis Histórico del Periodismo Chileno*. Stgo. Editorial Nuestra América. 1990. Pag. 52 y 53.

organismo responsable de la desaparición de militantes comunistas durante la dictadura militar.

Tal como ocurrió en Estados Unidos con el caso Watergate, este golpe periodístico de Gutiérrez trajo consecuencias importantes, como la renuncia de Campos y – ante la molestia del presidente Ricardo Lagos por su actitud frente a este caso - la del comandante en jefe de la Fuerza Aérea, Patricio Ríos, quien fue reemplazado en su cargo por el general Osvaldo Sarabia.

Pero eso no fue todo, el general Campos debió enfrentar a la justicia y fue detenido, aunque posteriormente obtuvo la libertad bajo fianza. No obstante su esposa, cuyo apodo en el Comando Conjunto era el de “La Pochi”, fue sometida a proceso por el titular del tercer juzgado del crimen de Santiago, Christian Carvajal, por el secuestro de dos militantes comunistas en 1976.¹⁸

¹⁸ Revista Qué Pasa. Stgo. Enero 2003.

CAPITULO 2 :

MEDIOS DE PRENSA ESCRITOS EN CHILE.

1.- NACIMIENTO Y DESARROLLO DE LA PRENSA ESCRITA EN EL PAIS.

La primera imprenta, aquel "grande y precioso instrumento de la ilustración universal" como la calificó Camilo Henríquez en la primera edición de la *Aurora de Chile*, llega al país en 1780 durante el gobierno de José Miguel Carrera. Este importante acontecimiento se podría calificar, sin lugar a dudas como el punto de partida para lo que treinta y dos años más tarde sería el nacimiento de la prensa escrita en Chile.



José Miguel Carrera.

Foto N° 1.

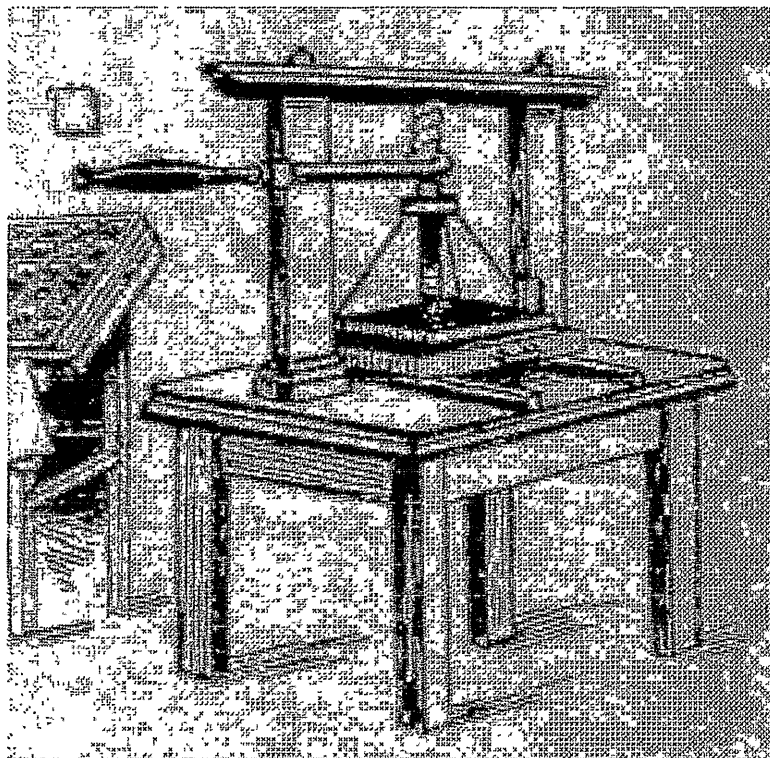
Una vez consumada la independencia política de la nación, comenzó a plantearse la idea de encaminar al país hacia un proyecto específico de gobierno, produciéndose un fuerte empeño liberal en torno a este objetivo. La promesa e invitación a este proyecto por parte de los liberales, se manifestó a través del periódico como instrumento principal.¹⁹

Pero volviendo a lo que fue la concepción del periodismo escrito en Chile, el 13 de febrero de 1812 es una de las fechas más importantes en el calendario de las efemérides nacionales. Aquel día, en medio de las más delirantes explosiones de regocijo, era recibido por el pueblo el periódico que acababa de aparecer con el título de *La Aurora de Chile*. Los patriotas escuchaban su lectura con vivo entusiasmo y los españoles con un gesto de desprecio e indignación.

La Aurora aparecía semanalmente los días jueves y su tamaño era el de una hoja de papel de oficio. En ella colaboraron importantes personalidades como Antonio José Irisarri, Juan Egaña, Manuel de Salas, José M. Infante y Manuel Gandarillas. Este primer periódico nacional se publicó hasta abril de 1813 y le sucedió *El Monitor Araucano*, el cual fue dirigido – igual que su antecesor – por Fray Camilo Henríquez.²⁰

¹⁹ Santa Cruz, Eduardo. *Análisis Histórico del Periodismo Chileno*. Stgo. Editorial Nuestra América. 1990. Pag. 55.

²⁰ Millar, Walterio. *Historia de Chile*. Stgo. Editorial Zig-Zag. 1976. Pag. 63.



Modelo de la primera prensa llegada al país.

Foto N° 2.

En 1872, se produjo un hito simbólico que encierra el período de ascenso del liberalismo hacia la plena implementación de su proyecto nacional, este hecho fue la promulgación de la denominada ley de Prensa Liberal. Se notaron diferentes corrientes, *El Amigo del Pueblo* era uno de los periódicos que reflejaban un liberalismo que planteaba el camino de la revolución para llegar al poder, por su parte *El Progreso* – dirigido por Domingo Faustino Sarmiento – tenía contenidos principalmente de índole académico, literarios y culturales.

El orden portaliano representado en la Constitución Política de 1833, constituyó una serie de obstáculos para los medios escritos pertenecientes al movimiento liberal, las restricciones impuestas por los gobiernos conservadores de la época se expresarían en la denominada Ley de Imprenta, promulgada en 1846 y que

estableció un subsidio estatal que significó una poderosa arma de control, así era posible potenciar a algunos periódicos en desmedro de otros.²¹



Fray Camilo Henríquez.

Foto N° 3.

²¹ Santa Cruz, Eduardo. *Análisis Histórico del Periodismo Chileno*. Stgo. Editorial Nuestra América. 1990. Pag. 60.

²¹ Ossandón, Carlos. *El Crepúsculo de los Sabios y la irrupción de los Publicistas: Prensa y Espacio Público en Chile*. Stgo. LOM Ediciones. 1998. Pag 43 a 46.

LOS TIPOS DE PRENSA EN LA ÉPOCA COLONIAL.

Fueron muchos los diarios y periódicos que se fundaron y circularon en Chile durante la época colonial, teniendo además diferentes orientaciones unos de otros. Carlos Ossandón, en su libro *El Crepúsculo de los Sabios y la Irrupción de los Publicistas: Prensa y Espacio Público en Chile*, divide a los medios escritos de aquellos tiempos en seis tipos de prensa: La política y de barricada; la doctrinaria; la cultural; científica y literaria; la comercial e informativa; la estrategia y fundadora; y finalmente la raciocinante e informativa.²²

En la prensa política y de barricada, destacan los periódicos *El Defensor de los Militares Denominados Constitucionales*, que circuló durante el año 1830; *El Ohiginista*, de 1831; *Guerra a la Tiranía*, de 1840; *La Asamblea Constituyente*, de 1858; *El Hambriento*, de 1827; *El Canalla*, de 1828; *El Philopolite*, de 1835; *El Farol*, también de 1835 y *El Corsario*, de 1849.

Los principales medios de la prensa doctrinaria fueron *La Aurora de Chile*, que circuló entre 1812 y 1813; *El Monitor Araucano*, entre 1813 y 1814; *La Gaceta de Santiago*, entre 1817 y 1827; *El Argor de Chile*, de 1818; *El Sol de Chile*, también de 1818; *El telégrafo*, entre 1819 y 1820; *El Valdiviano Federal*, entre 1827 y 1844; y finalmente *La Revista Católica*, entre 1843 y 1874.

²²Ossandón, Carlos. *El Crepúsculo de los Sabios y la Irrupción de los Publicistas: Prensa y Espacio Público en Chile*. Stgo. LOM Ediciones. 1998. Pag. 43 a 46.



Circula el primer numero de la Aurora de Chile durante la colonia.

Foto N° 4.

El Museo de Ambas Américas; Revista de Valparaíso y *el Semanario de Santiago*, todos de 1842, fueron los principales referentes de la prensa cultural, científica y literaria. Por su parte, *El Mercurio; El Ferrocarril; y El Mercurio de Valparaíso*, de 1827, pertenecieron a la corriente de la prensa comercial e informativa.

De la prensa estratega y fundadora, el principal periódico fue *El Araucano*, que fue publicado entre 1830 y 1877. En la prensa raciocinante e informativa, en tanto, figuraron *La Semana*, entre 1859 y 1860; *El Mosaico*, de 1860; *El Cóndor*, de 1863; *El Correo Literario*, que tuvo tres épocas, la primera en 1858, la segunda en 1864 y *La tercera* en 1867; *La Voz de Chile*, entre 1862 y 1864; *El Independiente*,

entre 1864 y 1891; *La Libertad*, entre 1866 y 1871; *Los Tiempos*, entre 1877 y 1882; y *La Época*, entre 1881 y 1892.

A continuación, pasaremos a desglosar algunos de los medios antes mencionados, en cuanto a sus principales orientaciones y figuras de la historia que en ellos escribieron. *El Defensor de los Militares Denominados Constitucionales* pretendía justamente lo que dice el título y, además, la restitución de los derechos y empleos de los uniformados vencidos en la batalla de Lircay.

El O'higinista procuraba el regreso al país del desterrado prócer Bernardo O'Higgins, en este periódico redactaron José Joaquín de Mora y José Francisco Gana; *Guerra a la Tiranía* buscó combatir los abusos de poder por parte de los gobernantes; *La Asamblea Constituyente* quería "solucionar todas las grandes cuestiones que dividen al país y amenazan con desgarrarlo" tal como lo señaló Benjamín Vicuña Mackenna en su primer número, publicado el 29 de octubre de 1858.

En *El Hambriento* y *El Canalla* prevalecía la descalificación al hombre, el apodo, el epíteto y la caricaturización entre pipiolos y pelucones; *El Philopolite*, *El Farol* y *El Corsario*, son una muestra del carácter puntual producto de una circunstancia en una parte importante de la prensa post-independencia.

La Aurora de Chile y *El Monitor Araucano* tenían una pluma patriota, entusiasta y racionalista; *La Gaceta de Santiago*, *El Argor de Chile*, *El Sol de Chile* y *El Telégrafo*, intentaron afianzar el nuevo sistema republicano para reemplazar el principio de la monarquía real; *El Valdiviano Federal*, de José M. Infante, estuvo volcado a la defensa de las libertades y a la difusión de nuevos reglamentos

constitucionales; *La Revista Católica* tenía como objetivo primordial la divulgación y defensa de los principios del catolicismo.

El Museo de Ambas Américas daba a conocer materiales elaborados en los centros culturales más adelantados, instruyó y difundió conocimientos y progresos en variados ámbitos; *Revista de Valparaíso* y *El Semanario de Santiago* constituyeron la expresión de la Sociedad Literaria del 42; *El Mercurio de Valparaíso*, *El Mercurio* y *El Ferrocarril*, fueron el tipo de prensa que se apartó de los primeros diarios y se asemejan a los que circulan hoy en día.

En *El Araucano* se defendía y esclarecía las medidas gubernativas en artículos ponderados y serios. En este periódico tuvo un rol fundamental Andrés Bello, quien sentó cátedra sobre materias gramaticales, jurídicas, educacionales e históricas, redactó reseñas bibliográficas, artículos de divulgación literaria y notas sobre expediciones científicas.

La Voz de Chile, fundado por Manuel Antonio Matta; *El Independiente*; *La Libertad*; *Los Tiempos* y *La Época*, fueron los primeros en desarrollar el modelo comercial e informativo que impera en nuestros tiempos. Por su parte, *La Semana*; *El Mosaico*; *El Cóndor* y *el Correo Literario*, practicaron un procesamiento estético y muchas veces satírico de la actualidad, se interesó por las expresiones y el destino de la literatura nacional desarrollando una función raciocinante y pública.²³

²³ Ossandón, Carlos. *El Crepúsculo de los Sabios y la irrupción de los Publicistas: Prensa y Espacio Público en Chile*. Stgo. LOM Ediciones. 1998. Pag. 62.

Al llegar el siglo XX comenzó a desarrollarse un nuevo tipo de prensa en el país, un modelo liberal moderno importado de Norteamérica. En el libro *Análisis Histórico del Periodismo Chileno*, de Eduardo Santa Cruz, el autor establece que el diario *El Mercurio*, fundado por Agustín Edwards McClure el 1 de junio de 1900, inauguró esta nueva corriente en Chile. Luego se crearían *Las Últimas Noticias*, el 15 de noviembre de 1902; *Revista Zig Zag*, en 1905; *El Mercurio de Antofagasta*, en 1906; *La Estrella de Valparaíso*, en 1921; *La Prensa de Tocopilla*, en 1924; *La Segunda*, en 1931; *El Diario Ilustrado*, en 1902 y perteneciente a la iglesia católica nacional; y *La Nación*, fundada por Eliodoro Yañez y adquirida por el gobierno durante la dictadura de Carlos Ibáñez del Campo.²⁴

La gran mayoría de los antiguos medios capitalinos fue desapareciendo, *La Libertad Electoral* lo hizo en 1901, *La Tarde* en 1903, *La Ley* en 1910, y *El Ferrocarril* en 1911. Los nuevos matutinos emergentes hicieron posible que el periodismo fuera practicado por gente capacitada para aquello, surgiendo así el tipo de periodista que se conoce hoy en día.

Con el nacimiento de lo que se conoce como empresa periodística, se generó un importante “boom” en cuanto a cantidad de ejemplares en circulación. En 1887

²⁴ Santa Cruz, Eduardo. *Análisis Histórico del Periodismo Chileno*. Stgo. Editorial Nuestra América. 1990. Pag. 65 a 68.

había un total de 173 diarios y/o revistas, en 1895 existían 290, en 1905 un total de 374, en 1911 471 y 1914 531.²⁵

Entre los años 1900 y 1901 surgió la prensa obrera, cuyo principal impulsor fue Luis Emilio Recabarren, el que aseguraba que este tipo de medios debía rebatir las ideas del adversario o del amigo cuando no las crea buenas, con cultura, moderación y altura de miras. La idea de Recabarren no era defender al obrero, más bien enseñarles cómo protegerse. *El Mercurio* era quien llevaba la contra respuesta a la prensa obrera. En los años 20 el proyecto liberal de modernidad ligado a este medio ya había fracasado.

Entre la década del 30 y la del 70, se notó un explosivo auge en el periodismo escrito nacional, surgieron importantes cadenas de diarios y revistas pertenecientes a grandes consorcios. Los principales fueron el ya citado y analizado *El Mercurio*, *Sociedad Periodística del Sur* (Sopesur), *El Correo de Valdivia*, *Diario Austral de Temuco*, *La Patria de Concepción*, *La Prensa de Osorno*, *El Tarapacá de Iquique* (perteneciente a la industria salitrera del norte), *El Debate de Antofagasta*, *El Día de La Serena* y *El Debate de Santiago*.

La compañía editora Zig Zag creó una revista que llevó su mismo nombre, además, puso en circulación a *El Peneca*, *Okey*, *Don Fausto*, *Pobre Diablo*, *Ecran*, *Margarita*, *Eva*, *Rosita*, *Confidencias*, *Estadio*, *Vea* y *Ercilla*. Por su parte, el

²⁵ Santa Cruz, Eduardo. *Análisis Histórico del Periodismo Chileno*. Stgo. Editorial Nuestra América. 1990. Pag.65 a 68

Consortio Periodístico de Chile (Copesa) publicó el diario *La Tercera de la Hora*, que tuvo un gran crecimiento por la época.²⁶

Hubo también un acontecimiento político de vital importancia para el desarrollo de la prensa durante los primeros años del siglo, este hecho fue la promulgación de la Constitución Política de 1925, en cuyo artículo 10 se consagró la libertad de opinión y expresión sin censura previa, toda persona natural o jurídica tenía derecho a fundar medios de comunicación, se aseguraba la libre circulación y emisión.

Tras la puesta en vigencia de esta nueva carta fundamental, en 1940, se creó *El Siglo* (Partido Comunista) y en 1943 *Última Hora* (Partido Socialista).

Pero no todo fue color de rosa para estos nuevos matutinos, ya que con el fin de ilegalizar al Partido Comunista – durante el gobierno de Gabriel González Videla – fueron diseñadas la Ley de Seguridad Interior del Estado y la Ley de Defensa Permanente de la Democracia, lo cual provocó la clausura en reiteradas oportunidades de *El Siglo* y la destrucción de la imprenta Horizonte.²⁷

En la década del 60, con el fin de organizar a los profesionales de la información para hacer frente a cualquier tipo de atropello, el Colegio de Periodistas de Chile se constituyó en una entidad corporativa. Tras este acontecimiento, se dió inicio a lo que podríamos denominar la “época de oro” de la prensa nacional, debido a la gran calidad y cantidad de diarios, revistas y periódicos que se crearon.

²⁶ Ossandón, Carlos. *El Crepúsculo de los Sabios y la irrupción de los Publicistas: Prensa y Espacio Público en Chile*. Stgo. LOM Ediciones. 1998. Pag. 81.

PRENSA POPULAR, POPULISTA Y DE CARACTER SECTORIAL.

Eduardo Santa Cruz, en su *Análisis Histórico del Periodismo en Chile*, establece una división entre prensa popular, prensa populista y prensa popular de carácter sectorial. En la primera destacan los ya mencionados *El Siglo*, de 1940; y *Última Hora*, de 1943.²⁸

Los principales medios de la prensa populista en aquellos años serían *El Clarín*, fundado el 21 de octubre de 1954; *Los Tiempos*, que circuló entre 1922 y 1931; *Las Noticias Gráficas*, entre 1944 y 1954; *Tribuna*, entre 1970 y 1973 con orientación derechista; y *La Cuarta*, perteneciente a COPESA.

Por su parte *El Riel* (Federación Ferroviaria de Chile), *Unidad Proletaria* (Federación Nacional del Cuero y Calzado), y *El Productor* (Sindicato Ganadero y Frigorífico de Punta Arenas), fueron los principales exponentes de la prensa popular de carácter sectorial.

También pertenecieron a esta última corriente, *Usina* (Sindicato Industrial CAP – Talcahuano), *El Obrero Municipal* (Unión de Obreros Municipales de Chile), *Central Unica* (CUT), *Revista Anef* (Asociación Nacional de Empleados Fiscales), *Boletín* (Unión de Tipógrafos), *Orientación* (Asociación Postal Telegráfica de

²⁷ Santa Cruz, Eduardo. *Análisis Histórico del Periodismo Chileno*. Stgo. Editorial Nuestra América. 1990. Pag. 65 a 68.

²⁸ Santa Cruz, Eduardo. *Análisis Histórico del Periodismo Chileno*. Stgo. Editorial Nuestra América. 1990. Pag. 65 a 68

Chile), *Redención* (Sindicato de Profesionales de la Industria Gráfica de Santiago),
y *Revista Aduana* (Asociación Nacional de Empleados de Aduanas).²⁹

²⁹ Santa Cruz, Eduardo. *Análisis Histórico del Periodismo Chileno*. Stgo. Editorial Nuestra América. 1990. Pag 69.

2.- EL ANTES Y DESPUES DEL 11 DE SEPTIEMBRE DE 1973 EN LOS MEDIOS ESCRITOS.

A fines de la década del 60 y comienzos de los 70 se vivió una aguda crisis de poder en el país, la dominación burguesa imperante hasta ese entonces entró en pánico, ya que el movimiento popular obrero había demostrado que estaba en condiciones de constituirse en gobierno. En 1969, *El Mercurio* se convirtió en vocero oficial del proyecto denominado "La Nueva República", perteneciente al

Portada de *El Mercurio* en la época de la unidad popular.

Foto n° 5.



Partido Nacional, el cual contenía muchas políticas que finalmente se aplicaron durante la dictadura militar.³⁰

La Unidad Popular (UP) siempre criticó la concentración monopólica de los medios, denunciaban lo que calificaron como una "manipulación de las conciencias". Cuando este movimiento finalmente logró el poder, la Democracia Cristiana le exigió al electo presidente Salvador Allende – como condicionante

³⁰ Santa Cruz, Eduardo. *Análisis Histórico del Periodismo Chileno*. Stgo. Editorial Nuestra América. 1990. Pag 63.

burguesía, sino que cohesionaría y potenciaría los de su corriente. La UP controló algunos medios de comunicación y, mediante procesos de negociación, adquirió otros como la *Editorial Zig-Zag*, que más tarde fue transformada en la *Empresa Nacional Quimantú*.

La oposición al gobierno de Allende tenía un total de seis diarios a su disposición, entre los que figuraban *El Mercurio*; *Las Últimas Noticias*; *La Segunda*, *La Prensa*, perteneciente a la Democracia Cristiana. Entre todos estos matutinos burgueses, se sumaba un total de 540 mil ejemplares diarios.

La izquierda, por su parte, contaba con *El Siglo*; *Clarín*; *Última Hora*; *Puro Chile*, vocero oficial del Partido Comunista; y *La Nación*, haciendo entre los cinco aproximadamente 300 mil ejemplares por día. También circulaba semanalmente *El Rebelde*, del Movimiento Izquierdista Revolucionario (MIR), con unos 30 a 40 mil ejemplares.

La burguesía poseía 6 revistas de actualidad, *Ercilla*; *Vea*; *Pec*; *Qué Pasa*; *Sepa e Impacto*, 4 femeninas y 1 de ídolos para la juventud. En tanto la Izquierda, contaba con 2 revistas de agitación política y 1 juvenil e informativa denominada *Ramona*, representativa de la Juventud Comunista. *Quimantú* fundo 2 revistas netamente informativas (*Mayoría y Ahora*), 1 infantil (*Cabro Chico*), 1 juvenil (*Onda*), 1 femenina (*Paloma*) y 1 de educación política popular (*La Firme*), además, esta empresa heredó de su antecesora *Zig-Zag* 1 revista pseudoamorosa (*Confidencias*), 1 culinaria, 1 histórica y cultural (*Hechos Mundiales*) y 1 deportiva (*Estadio*).³¹

³¹ Santa Cruz, Eduardo. *Análisis Histórico del Periodismo Chileno*. Stgo. Editorial Nuestra América. 1990. Pag. 65.



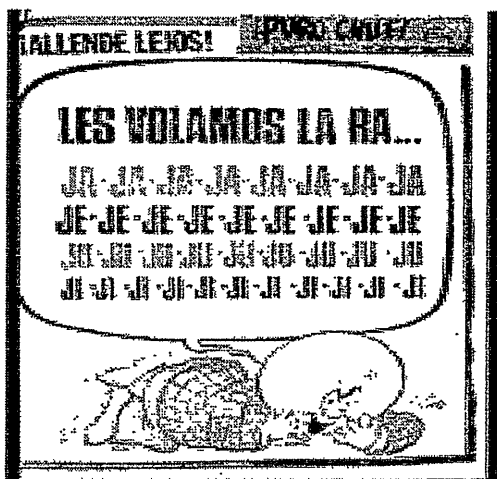
Ejemplar del diario Última Hora.

Foto N° 6.

LAS RESTRICCIONES IMPUESTAS TRAS EL GOLPE.

Una vez consumado el golpe de estado del 11 de septiembre de 1973, el nuevo gobierno impuesto suprimió todos los diarios y revistas de la UP, confiscaron sus

bienes y, además, se detuvo, fusiló y exilió a destacados periodistas. Hubo una censura de contenidos que no sólo impidió la expresión de sectores populares, sino que también fueron eliminados como fuentes de información o protagonista de noticias.



Portada del diario izquierdista Puro Chile.

Foto N° 7.

Con el general Augusto Pinochet al mando de la nación, fueron creadas una serie de normas que restringieron todo tipo de libertades, tales como el Decreto de Ley 1281, el cual facultaba a los jefes de plaza del Ejército para suspender medios de comunicación; también estuvo el Bando 107, que formó parte de un frondoso arsenal de normas restrictivas, que incluyó la ampliación de otras como la Ley de Seguridad Interior del Estado.

Esta verdadera "limpieza" fue apoyada con el silencio por las empresas periodísticas *El Mercurio* y *COPESA*, quienes se vieron beneficiados con estas medidas gubernamentales. Para aparentar el respeto de las libertades, se permitió la libre circulación de diarios y revistas pertenecientes a estos grandes consorcios.

Sin embargo, tal como señala Eduardo Santa Cruz "*un sistema de prensa verdaderamente democrático no es posible sin que el derecho de expresión de las mayorías populares sea cautelado.*"³²

Todas estas órdenes que amordazaron a la prensa, tuvieron los efectos deseados por la dictadura, en 1972 había en Santiago un total de 10 diarios de circulación nacional y en 1984 tan sólo 5, en 1978 existían en todo Chile 40 periódicos afiliados a la *Asociación Nacional de la Prensa (ANP)* y en 1984 únicamente 28.

Como contrapartida, tras la desaparición de *SOPESUR El Mercurio* se expandió a regiones, en 1978 tenían 7 medios en provincia y 3 en Santiago, cifra que diez años más tarde se incrementó a 19 de Arica a Punta Arenas, lo que significó el 55 por ciento de los diarios y cerca del 60 por ciento de la circulación nacional. Los principales consorcios periodísticos fueron cómplices y voceros del régimen militar. En 1975, se llevó a cabo una operación propagandística para justificar el asesinato de 119 detenidos desaparecidos por la DINA, algo que – con la ayuda del *El Mercurio* y *La Tercera* – fue presentado como una pugna interna ocurrida en el extranjero.³³

Entre los años 1982 y 1983, aún contra viento y marea, hubo un atisbo de expresión popular en la denominada *Red de Prensa Popular*, que partió con la coordinación de unos 17 boletines.

Algunos de los diarios y revistas que sobrevivían al régimen, como *La Época*, *Hoy*, *Cauce* y *Apsí*, optaron por conciliar y negociar con el gobierno de Pinochet.

³² Santa Cruz, Eduardo. *Análisis Histórico del Periodismo Chileno*. Stgo. Editorial Nuestra América. 1990. Pag. 66.

Análisis y Fortín Diario, por su parte, se concentraron en la representación del pueblo cogiendo elementos de los antiguos medios populistas a nivel de estilos, diagramación, portadas y títulos.

Cuando finalmente la dictadura convocó a un plebiscito para definir la continuidad del gobierno militar, que finalmente se realizó el 5 de octubre de 1988, hubo un atisbo de esperanza en cuanto al regreso de la "época de oro" que vivió el periodismo chileno hasta antes de 1973. No obstante, Eduardo Santa Cruz tenía toda la razón al asegurar que *"una efectiva democratización de nuestra prensa está en dependencia de la democratización de la sociedad, en todos sus planos y niveles, cuestión que es más compleja, difícil y trascendente que una coyuntura plebiscitaria impuesta."*³⁴

³³ Santa Cruz, Eduardo. *Análisis Histórico del Periodismo Chileno*. Stgo. Editorial Nuestra América. 1990. Pag. 67.

³⁴ Santa Cruz, Eduardo. *Análisis Histórico del Periodismo Chileno*. Stgo. Editorial Nuestra América. 1990. Pag. 65 a 68.



Diarios de circulación nacional.

Foto N° 8.

Diarios Regionales de Chile

(no se incluyen diarios electrónicos)

- I Región: "El Puerto" de Arica, "La Estrella" de Arica, "La Estrella" de Iquique, "El Nortino" de Iquique.

- II Región: "El Mercurio" de Calama, "La Prensa" de Tocopilla, "La Estrella del Norte", "La Estrella del Loa", "El Pampino", "El Mercurio" de Antofagasta.

- III Región: "Diario Atacama", "El Pampino", "El Chañarcillo" de Copiapó

- IV Región: "El Día" de La Serena, "El Regional", "La Provincia", "El Ovallino" de Ovalle.

- V Región: "El Andino", "El Observador" de Quillota, "El Mercurio" de Valparaíso, "La Estrella" de Valparaíso, "Proa Regional", "El Líder" de San Antonio, "El Expreso".

- Región Metropolitana: "El Mercurio", "Las Últimas Noticias", "La Segunda", "La Tercera", "La Cuarta", "La Nación", "Estrategia", "El Diario", "El Metropolitano", "La Hora", "MTG", "Diario Oficial", "El Labrador" de Melipilla.

- VI Región: "Crónica Popular", "El Centro de Chile", "La Región", "El Rancagüino".

- VII Región: "La Prensa" de Parral, "La Mañana" de Talca, "El Centro" de Talca, "El Centro" de Curicó, "El Centro" de Linares, "La Prensa" de Curicó, "El Heraldo" de Linares.

- VIII Región: **"La Discusión" de Chillán, "Crónica" de Concepción, "La Tribuna" de Los Ángeles, "El Sur" de Concepción.**

- IX Región: "El Diario Austral" de Temuco, "Las Noticias" de Victoria, "El Progreso de Cautín", "La Provincia de Malleco", "Renacer de Chile".

- X Región: "El Diario Austral" de Osorno, "El Llanquihue", "El Diario Austral" (de Valdivia).

- XI Región: "El Divisadero", "El Diario de Aysén".

- XI Región: "El Magallanes", "La Prensa Austral".

CAPITULO TERCERO:

LOS MEDIOS ESCRITOS DE DISTRIBUCION GRATUITA, UNA
INSTANCIA HACIA LA DESCENTRALIZACION DEL MONOPOLIO
PERIODISTICO NACIONAL.

1- LAS PRIMERAS EXPERIENCIAS DE MEDIOS ESCRITOS DE DISTRIBUCION GRATUITA EN EL PAIS.

El consorcio Sueco Modern Times Group (MTG), a través del diario *Publimetro*, inauguró en Chile – como lo veremos en el siguiente capítulo – la circulación de medios de prensa escritos de distribución gratuita orientado a un público de masas, surgiendo posteriormente *La Hora* y *La Hora de la Tarde*, de COPESA, así como también *La Voz de la Tarde*, perteneciente a la empresa periodística La Nación.



Foto N°9

Los diarios anteriormente señalados responden al modelo de gratuidad para público masivo, antes de *Publimetro* – y aún lo hacen – periódicos, revistas y boletines institucionales, comunales o locales que también son gratis. Los informativos que algunas municipalidades reparten entre los habitantes de la comuna son también un medio escrito de comunicación, lo mismo ocurre con los boletines informativos de las universidades o casas de estudio, que hacen llegar a sus alumnos.

Entre los años 1960 y 1970, dentro de los principales exponentes de la prensa popular de carácter sectorial, podemos identificar los primeros periódicos y revistas que circularon gratuitamente entre asociados o diferentes sindicatos y federaciones.

Algunos de los medios antes señalados, de los cuales ya hablamos en la primera parte de este capítulo, son *El Riel*, perteneciente a la Federación Ferroviaria de Chile; *Unidad Proletaria*, de la Federación Nacional del Cuero y Calzado; y *El Productor*, del Sindicato Ganadero y Frigorífico de Punta Arenas.^A

También destacan *Usina*, distribuido entre los trabajadores del Sindicato Industrial CAP – Talcahuano; *El Obrero Municipal*, de la Unión de Obreros Municipales de Chile; *Central Unica*, de la Central Única de Trabajadores, CUT, *Revista Anef*, de la Asociación Nacional de Empleados Fiscales; *Orientación*, de la Asociación Postal Telegráfica de Chile; *Redención*, del Sindicato de Profesionales de la Industria Gráfica de Santiago; y *Revista Aduana*, de la Asociación Nacional de Empleados de Aduanas.^B

Actualmente podemos nombrar cuatro medios gratuitos paralelos a *Publimetro*, pero que a diferencia de este se distribuyen a una cantidad de público bastante más reducido. Estamos hablando de *Revista DFG*, *Revista de Carabineros de Chile*, *Mercado Gráfico* y *The End*.

Revista DFG es una publicación orientada a la difusión de las nuevas tecnologías gráficas digitales, se publica cuatro veces al año y se reparte sin costo en forma

^A Santa Cruz, Eduardo. *Análisis Histórico del periodismo Chileno*. Stgo. Editorial Nuestra América. Pag. 87 a 102.

^B Santa Cruz, Eduardo. *Análisis Histórico del Periodismo Chileno*. Stgo. Editorial Nuestra América. Pag. 87 a 102.

personalizada a diseñadores, fotógrafos, agencias de publicidad, imprentas y editoriales, talleres de preprensa y fotomecánica, medios de comunicación, Gerentes de Marketing, académicos, estudiantes de diseño y empresas.^C

A mediados de 2000, Cebra Producciones y la Corporación Cinematográfica de Chile pusieron en circulación la revista *The End*, un medio que se repartía entre los asistentes a diversos cines capitalinos y en cuyas páginas, además de dar a conocer los principales estrenos de la semana, se publicaban críticas de destacados conocedores del mundo cinematográfico tales como Andrés Wood, Carlos Flores y Juan Salfate.

Esta publicación, dirigida por el cineasta Cristián Galaz, dejó de circular durante el primer trimestre de 2003.^D

La *Revista Carabineros de Chile* es el medio escrito que se distribuye mensualmente entre los funcionarios de la institución, de esta manera cabos, sargentos, tenientes, capitanes y mayores se enteran de lo que ocurre en cada prefectura, comisaría, tenencia y retén del país. Pese a su gratuidad, cualquier ciudadano que lo desee puede recibir también esta revista pero cancelando una suscripción anual de 16 mil pesos.^E

Finalmente, *Mercado Gráfico* es un periódico que – tal como *DFG* – se reparte a diseñadores, fotógrafos, académicos y estudiantes de diseño, no obstante, su orientación es netamente publicitaria ya que en el se dan a conocer compraventas

^C Digigraf. S.A.

^D Cebra Producciones.

^E [Revista Carabineros.cl/internet](http://RevistaCarabineros.cl/internet).

de maquinarias y ofertas de empleo, razón por la cual podríamos decir que estamos frente a una especie de periódico *El Rastro* del mundo del diseño.^F



N°10.

2- ORIGEN Y DESARROLLO DE “PUBLIMETRO” EN CHILE.

Para referirse al origen de *Publimetro* en Chile es necesario mencionar que en el año 1987 la empresa Modern Times Group de Suecia, incursiona en los medios de comunicación de ese país, desarrollando el primer canal privado de Escandinavia, TV3.

Desde su introducción, esta cadena se ha convertido en el principal canal televisivo comercial de la región.

En virtud del éxito de este canal, MTG ha expandido sus actividades durante los últimos años cubriendo los siguientes rubros: televisión, radio, medios escritos en general, entre otros Metro Internacional.

A partir de agosto del año 2000, Metro Internacional se separó del grupo MTG para cotizar como empresa independiente.

Así nace *Publimetro*, es un periódico que se distribuye en forma gratuita en 21 ciudades en 16 países. El periódico es muy similar en todas las ciudades, es decir incluye las mismas secciones, estilo de redacción y diagramación.

Publimetro se encuentra presente en las siguientes ciudades en el mundo: en Suecia: Estocolmo, Gothenburg, malmo. Finlandia: Helsinki. Dinamarca: Copenhague. Holanda: Amsterdam. Italia: Roma, Milán. Grecia: Atenas. España: Barcelona, Madrid. República Checa: Praga. Hungría: Budapest. Polonia: Varsovia. Francia: París, Marsella, Lyon. Canadá: Montreal, Toronto. Estados Unidos: Boston, Filadelfia. Hong Kong: Hong Kong. Corea del Sur: Seúl. Chile:

Santiago, Valparaíso, Viña del Mar, Rancagua y Concepción.³⁵



Estación de Metro.

Foto N°11.

DIRECTIVA DE PUBLIMETRO EN CHILE.

Gerente General y representante legal: Pablo Mazzel.

Gerente Comercial: Andrés Israel.

Gerente de Finanzas: Hakan Lundgren.

Director Responsable: Pablo de la Vega.

Editor de Informaciones: Claudio Cancino.

Gerente de Distribución: Juan Ignacio Gardiazabal.

Editado y distribuido por Modern Times Group MTG AB Chile Ltda.

Publimetro se imprime en: Talleres gráficos La Nación

³⁵ Véase anexos, entrevista a Janson, Jenny. Relacionadora Pública. Periódico Publimetro. Stgo. Chile.

DISTRIBUCION.

Publimetro se distribuye de lunes a viernes, con un tiraje de 120.000 ejemplares diarios. El diario se distribuye en las afueras de todas las estaciones de metro, sucursales de las librerías y cafeterías más importantes de Santiago. Además, se entrega en varias intersecciones de calles y en 21 servicentros Copec del sector oriente.

En ocasiones especiales, como fines de semana largos, circula el diario los días sábado, y los días festivos no circula.

A comienzos de diciembre del año 2001 *Publimetro* comienza a circular en la ciudad de Valparaíso. Y desde noviembre del año 2002 se expande a la ciudad de Rancagua.

A mediados del mes de mayo de 2003 comienza a repartirse en la ciudad de Concepción, Octava Región.³⁶

LINEA EDITORIAL.

La línea editorial de *Publimetro* es una síntesis noticiosa que ofrece al lector la información más importante del acontecer tanto nacional como internacional. Su contenido se basa principalmente en artículos redactados por periodistas, y distintas agencias de información, tanto nacionales como extranjeras.³⁷

³⁶ Véase anexos, entrevista a Janson, Jenny. Relacionadora Pública. Periódico *Publimetro*. Stgo. Chile.

³⁷ www.publimetro.cl/ Internet.



Portada de Publímetro.

Foto N°12.

DENUNCIA Y PROCESO EN CONTRA DE LA SALIDA DEL PERIODICO DE DISTRIBUCION GRATUITA (METRO).

El día 21 de Septiembre del año 1999, el Consorcio Periodístico de Chile S.A. (COPESA) denunció ante el por entonces Fiscal Nacional Económico, Rodrigo Asenjo, que la "Empresa de Transportes de Pasajeros Metro S.A.", "Modern Times Group (MTG)" y "Metro Internacional S.A." vulneraban la reglamentación vigente sobre libre competencia. Se acusaba a estas empresas de quebrantar el decreto Ley nº 211 de 1973, debido a la publicación del diario "*Metro*" de circulación gratuita de lunes a viernes en el interior del tren subterráneo. Lo esencial de los argumentos de COPESA por los que estas empresas violaban la libre competencia fueron:

- Que el diario "*Metro*" tendría un público "cautivo" y excluyente de unas 750.000 personas diarias; vale decir, los usuarios del tren. Se argumentó, además, que en el interior de las estaciones no se permitía la distribución de ningún otro diario.
- Que un periódico gratuito competía en desigualdad de condiciones con cualquier periódico vendido.
- Que en vista y considerando que los lectores del diario estarían asegurados en su calidad de tales, las empresas avisadoras optarían por insertar publicidad en este medio de lectura indudable.

La empresa "Metro S.A." contestó a la comisión resolutive que atendía la demanda el 14 de octubre de 1999. Los descargos de su defensa se sustentaron principalmente en las siguientes conclusiones presentadas:

- COPESA es miembro de SOFOFA (Sociedad de Fomento Fabril) y de la Asociación Nacional de Prensa, las que, según la defensa, presentaron recursos de protección y amparo, respectivamente, de forma "concertada";
- Con respecto a la gratuidad del medio, se defendieron reseñando no ser los únicos que se ofrecían sin costo al público. Ejemplificaron con diarios digitales e incluso fueron más lejos y mencionaron que el diario de COPESA *La Tercera* regalaba la revista "Time" y "El Mercurio" la revista "Paula".
- Opinaron que la denuncia de COPESA no era gratuita y sí atribuible a la no pertenencia del diario "Metro" a la ANP.
- Por último, postulaban que la denuncia de COPESA pretendía "imponer barreras de entrada a sus competidores para mantener su poder de mercado".

A principios de 2000, la Fiscalía Nacional Económica tomó una decisión basada en los artículos 1º - 2º - 6º - 17º (letra a) nº 1 y 2 y letra b)) - 18º y 27º del Decreto Ley 211. Su resolución reseñaba esencialmente que cualquiera puede distribuir periódicos en el Metro sin condiciones discriminatorias. Pero se era aún más específico y se establecía que "los prestadores de servicios de utilidad pública (el Metro, entre ellos) están obligados a promover la libre competencia en los negocios que puedan realizarse por terceros" mediante el acceso "sin discriminación a la mayor cantidad posible de interesados".

La Corte Suprema a principios de ese año falló finalmente en contra del diario "Metro". La ANP celebró la decisión argumentando lo negativo de "*una intromisión indebida, ilegítima e inconstitucional de una empresa del Estado en una actividad empresarial*" la que, sin embargo, a la vez debía "*funcionar con plena libertad, competencia y pluralismo*".

La resolución de la Corte Suprema se apoyó también en una de las últimas ordenanzas dictadas durante el régimen de Pinochet. Se trata del "Estatuto del Estado Empresario", que establece que toda empresa pública que quiera expandirse a otra actividad que la que realiza sólo puede hacerlo previa dictación de una ley que la autorice.

El Metro, por lo tanto y como lo destacó la ANP, no podía publicar un diario por ser una sociedad anónima cuyo objetivo estaba preestablecido por una ley de quórum calificado: para realizar otro objetivo, necesitaba otra ley del mismo tipo. Finalmente, y como no se dictó esa nueva ley, el diario "*Metro*" no pudo ser repartido (como se hace en varios (16) países democráticos del mundo) a los usuarios del tren. Se cambió el nombre a "*MTG*" y se desvinculó, de esta manera, de Metro S.A., empresa del Estado. El diario tuvo que distribuirse a las salidas del Metro. Su gratuidad, eso sí, se mantuvo.

El 22 de mayo, el periódico cambia su nombre a *Publimetro*, acercándose así al nombre original del periódico.

La molestia de la ANP con respecto al surgimiento de esta nueva publicación se había concretado en un inserto en sus diarios asociados: "*La Asociación Nacional de la Prensa protesta con la mayor energía contra la pretensión del Estado de invadir un campo propio de la empresa privada, perturbando gravemente su normal desenvolvimiento y contrariando el orden público económico. Resulta incomprensible esta ilícita e inconstitucional iniciativa, si se considera que hasta ahora no ha sido resuelta la injerencia del Estado en la Prensa*".

La ANP acusa de inconstitucionalidad el funcionamiento del diario "Metro"; paradójicamente, sin embargo, es la Constitución Política que hoy nos rige la que

en el número 12 de su artículo 19 establece: "*Toda persona natural o jurídica tiene el derecho de fundar, editar y mantener diarios, revistas y periódicos, en las condiciones que señale la ley*".

El tema tiene consecuencias insospechadas para la sociedad chilena y no afecta sólo a empresarios y empresas de medios de comunicación. De hecho, los mismos periodistas son los que, día a día, deben enfrentarse a la realidad de un mercado oligopólico a la hora de tener que entregar informaciones a una sociedad que espera de ellos veracidad y no tendencialismo ideológico.

Con respecto al caso del diario "*Metro*", el Colegio de Periodistas manifestó abierta y rotundamente su rechazo a la medida impulsada por la ANP en contra de la publicación.

En marzo del año pasado, Jorge Donoso Pacheco (ex presidente del Colegio de Periodistas de Chile) publicó en "*Rocinante*" un artículo titulado *Libertad de Expresión y Concentración de la Propiedad*.

El dirigente parte determinando qué es "libertad de expresión" y señala que se constituye sobre la base de libertad de opinión y la libertad de información. Sobre esta última, distingue un derecho más bien individual como lo es el de recoger y difundir información, y otro conocido como "derecho social a la información" y que vendría a ser "la libertad de la sociedad de recibir información". Es en este último punto en el que entra a pesar el tema de la propiedad de los medios de comunicación.

Pensando, por ejemplo, en la existencia hegemónica de *El Mercurio* y COPESA, Donoso postula la imposibilidad de que esto contribuya a que nuestra sociedad esté convenientemente informada. De una u otra manera, la ideología de estos

medios se filtra en sus contenidos informativos. ¿De qué tipo de ideario estamos hablando? De uno "*liberal en lo económico, autoritario en lo político y conservador en lo valórico*", señala.

Se trata, pues, de la existencia de un duopolio que domina sin contrapeso en la prensa escrita. Es aquí - postula Jorge Donoso- en donde el Estado debería intervenir para frenar esta concentración de poder económico o, al menos, para evitar su empeoramiento. Las medidas que habría que adoptar son del orden de rebajas arancelarias para los insumos de esta industria, rebajas tributarias y hasta subvenciones, que según recalca, deben ser "*entregadas por organismos imparciales desligados del Gobierno*"³⁸ Guillermo Sunkel, en su libro *Concentración Económica de los Medios de Comunicación* con respecto al tema de *El Mercurio* y Copesa destaca que al contextualizar históricamente la conformación se puede apreciar que esta estructura no es el resultado natural de la libre competencia sino que, por el contrario, también ha contado con una gran influencia estatal. En efecto, la actual estructura de la prensa escrita aparece fuertemente condicionada por unas medidas administrativas dictadas por el gobierno militar que clausuraron todos los diarios con excepción de aquellos pertenecientes a los consorcios antes nombrados. Por lo que este tipo de medidas, está claramente siendo el principio de la concentración actual de los medios, y lo que llama más la atención, es que aún se mantenga.

³⁸ Fazio, Hugo, *Mapa Actual de la Extrema Riqueza*. Editorial Lom. Stgo. 2000. Pag. 88 a 90.

Ciertamente, el mercado también ha jugado un importante papel en la desaparición de otros medios de prensa que habían surgido en el marco de la lucha política contra el régimen de Pinochet en los años ochenta.³⁹

Sunkel continúa planteando que en los años noventa el Estado nuevamente ha jugado su parte al abstenerse de regular la excesiva concentración de la propiedad y, también, de fomentar el surgimiento de medios independientes.

Durante el período de transición el Estado ha intentado influir en el mercado de la prensa compitiendo con un medio cuya misión era aportar algún grado de diversidad en la agenda informativa. Sin embargo, los datos expuestos muestran que este medio no ha tenido gran éxito en esta tarea.

³⁹ Sunkel, Guillermo. Concentración Económica de los medios de Comunicación. Pag. 51.

PRINCIPALES PROPIETARIOS DE PRENSA

PROPIEDAD	MEDIOS
GRUPO EDWARDS	
El Mercurio S.A	El Mercurio
Comercial El Canelo y Compañía Ltda. (74,9%)	Las Últimas Noticias
Comercial Canelo S.A (25%) Agustín Edwards (0,09%)	La Segunda
El Mercurio de Valparaíso S.A	El Mercurio de Valparaíso
	La Estrella de Valparaíso
	El Líder de San Antonio
	La Estrella de Iquique
	La Estrella del Norte
	El Mercurio de Calama
	La Estrella del Loa
	La Prensa de Tocopilla
	El Austral de Temuco
	El Austral de Valdivia
	El Austral de Osorno
	El Llanquihue
GRUPO COPESA	La Tercera
Prohabit Inversiones S.A (16,6%)	La Cuarta
Inversora Inmobiliario Centenario (16,6%)	La Hora
Inversiones Industriales S.A	
Inversiones San Carlos S.A	
Inversiones Antillanca (16,6%)	
GASA S.A (69,3%)	
LA NACION S.A	La Nación
Estado (69,3%)	El Nortino
Inversiones Colliguay (29,5%)	
Otros particulares (1,2%)	

*Fuente: Sunkel, Guillermo. Concentración Económica de los Medios de Comunicación.
Pag. 37.

Por todo lo ya señalado podemos afirmar que el mercado de la prensa en Chile tiene un carácter oligopólico, es decir, es un mercado con una presencia dominante de un grupo reducido de empresas. Históricamente, este mercado sólo ha sufrido algunas transformaciones en el período en torno al plebiscito de 1988

cuando una cierta diversidad político - cultural llegó a tener presencia debido al surgimiento de un conjunto de medios independientes. Sin embargo, estos medios - que eran pequeñas o medianas empresas que, en algunos casos, contaban con financiamiento externo - desaparecieron en el período que siguió a la instalación del gobierno de Patricio Aylwin.

En lo que se refiere a las diferentes estrategias utilizadas por las empresas dominantes para consolidar sus posiciones, Guillermo Sunkel en su libro destaca que la estrategia del grupo El Mercurio ha consistido en combinar productos diferenciados que satisfacen necesidades nacionales y locales. Además de los diarios que distribuye a nivel nacional, compete en regiones con medios regionales. Cabe destacar que esta estrategia es radicalmente distinta a la de COPESA, grupo que compete con un mínimo set de productos en todo el mercado nacional. Otro aspecto, es que los medios locales de prensa escrita no participan del proceso de concentración que aquí se ha descrito. Tampoco han sido absorbidos por las grandes empresas periodísticas. Más bien, mantienen una presencia en los mercados regionales que se encuentra al margen de estas tendencias. La presencia de estos medios regionales es mínima en la zona norte del país, donde los diarios locales forman parte de la cadena de Agustín Edwards. Sin embargo esta presencia es significativa en la VIII Y XII Región.⁴⁰

OFERTA DE DIARIOS SEGUN COBERTURA.

REGION	DIARIOS
--------	---------

	Cobertura	Local	Nacional	Zonal	Total Regional
I	N ^o	5	7	0	12
	%	41,7	58,3	0	100
II	N ^o	4	7	0	11
	%	36,4	63,6	0	100
V	N ^o	13	7	1	21
	%	61,9	33,3	4,8	100
VIII	N ^o	4	7	2	13
	%	30,8	53,8	15,4	100
IX	N ^o	3	7	0	10
	%	30	70	0	100
R.M	N ^o	0	7	2	9
	%	0,0	77,8	22,2	100

* FUENTE. Guillermo Sunkel. Concentración Económica de los Medios de Comunicación. Pag. 35.

3.- EL SURGIMIENTO DE NUEVOS MEDIOS ESCRITOS DE DISTRIBUCION GRATUITA EN EL PAIS.

Al finalizar los procesos legales que intentaron sacar de circulación a *Publimetro*, viene una segunda etapa de parte de los consorcios periodísticos, que es la puesta en circulación de medios de prensa escritos de distribución gratuita, que pretenden competir directamente con *Publimetro*.

Así es como nace *La Hora*, con mismo formato que *Publimetro*, y que además se distribuye a la salida de las estaciones de Metro, ofreciendo en términos publicitarios, las mismas atractivas ofertas.

Cuando los lectores de diarios hacen correr sus ojos por las páginas de estas publicaciones a menudo se topan con avisaje publicitario. Sin embargo, le otorgan un valor funcional y no reparan ni intuyen que si no fuera por estos avisos la subsistencia de cualquier matutino se vería en serio riesgo. Basta recordar la repentina y forzosa desaparición del diario *La Época* (el diario era de clara filiación concertacionista y dejó de aparecer durante el gobierno del DC Eduardo Frei) por insuficiencia de avisaje publicitario.

Ahora bien, ¿cuánto es lo que se gasta en inversión publicitaria en diarios? Según datos entregados por la Asociación Chilena de Agencias de Publicidad (ACHAP) y referidos a 1998, estamos hablando de ni más ni menos que de 107 millones 209 mil dólares. Los principales beneficiarios de este tipo de cifras son las cadenas *El Mercurio* y *COPESA*, razón por la que se torna comprensible su férreo combate contra cualquier competencia. Mientras más lectores tenga un diario que no pertenezca a estas cadenas, mayor es la probabilidad de que los avisadores tiendan a publicar su mensaje en este medio.

TARIFAS PUBLICITARIAS

Vigentes desde el 6 de Enero de 2003

Características Generales del Diario

Circulación Lunes a Viernes, excepto días festivos

Formato 1 Tabloide Alto 33cms - Ancho 6 columnas

Dimensiones 1 Columna 3,98 cm.

- 2 Columnas 8,38 cm.
- 3 Columnas 12,78 cm.
- 4 Columnas 17,20 cm.
- 5 Columnas 21,60 cm.
- 6 Columnas 26,00 cm.

En términos de participación en lectura, *Publimetro*, según la agencia Time/abope, es el diario de mayor lectura con 550.000. lectores y un 19% del total de lectores. El muestreo arroja que lo siguen *La Cuarta* con 530.000 lectores, y un 18% del total de lectores, *La Hora* con 480.000 y un 16 %, *La Tercera*, con 400.000, y un 13%. *Las Últimas Noticias*, con 410.000, y un 14 %. *El Mercurio*, con 400.000, y un 13%. *La Nación*, con 63.000, y un 2,3, de total de los lectores.

TARIFAS GENERALES

Sólo Santiago, Rancagua y Viña, Sólo Viña o Rancagua

General Base \$ 9.450 \$ 10.000 \$ 4.500
Factor día viernes 1,1 \$ 10.395 \$ 11.000 \$ 4.950
Factor 1 Valor de Ubicación
Crónica Par 1,8 \$ 17.010 \$ 18.000 \$ 8.1 00
Crónica Impar 2,5 \$ 23.625 \$ 25.000 \$ 11.250
-Central Par Mínimo 112 página 2,2 \$ 20.790 \$ 22.000 \$ 9.900
Central Impar Mínimo 112 página 2,8 \$ 26.460 \$ 28.000 \$ 12.600
Pág. Centrales (mín.)17x13 3,0 \$ 28.350 \$ 30.000 \$ 13.500
Contraportada 3,0 \$ 28.350 \$ 30.000 \$ 13.500
Solicitada 3,0 \$ 28.350 \$ 30.000 \$ 13.500
Página 3 y 5 (mínimo 314 página) 3,0 \$ 28.350 \$ 30.000 \$ 13.500
Portada 10,0 \$ 94.500 \$ 100.000 \$ 45.000
Deportes Par 1,7 \$ 16.065 \$ 17.000 \$ 7.650
Deportes Impar 2,3 \$ 21.735 \$ 23.000 \$ 10.350



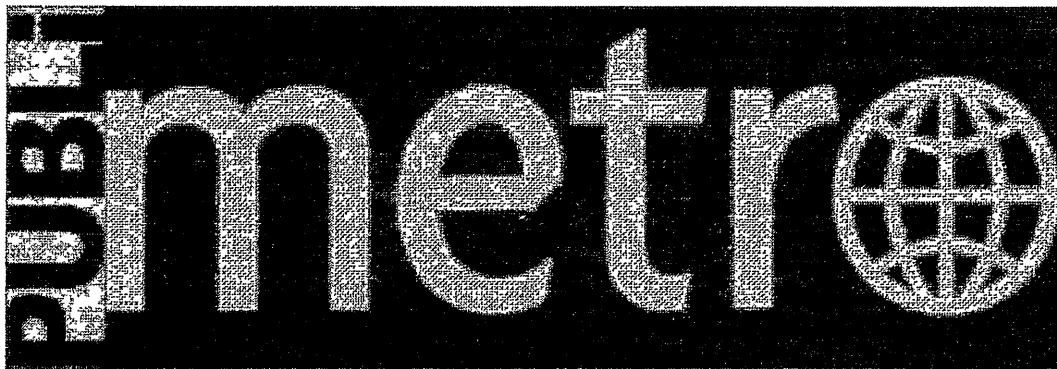
DFG

DESCRIBIR FOTOGRAFAR GRAFICAR

DEFESER REVISTA DE LA GRAFICA DIGITAL

DESCRIBIR FOTOGRAFAR GRAFICAR

Foto N° 13.



Publímetro – que como ya sabemos circula en Santiago, Valparaíso, Viña del Mar, Rancagua y Concepción – tiene en cada ejemplar las medidas de 36 por 29 centímetros, utiliza la tipografía conocida como “*Times new roman*” salvo algunos titulares escritos en “*Arial*”, y la distribución del texto al interior de sus páginas es a seis columnas. De martes a jueves contiene veinte páginas, mientras que los lunes y viernes llega a las treinta y dos pues se expande con información deportiva y panoramas para el fin de semana, respectivamente.

Generalmente este medio publica entre cuatro a seis páginas de informaciones nacionales, entre dos y tres de internacionales, uno a tres de economía, dos a cuatro referente a deportes, tres a siete de noticias regionales, tres y cinco de cultura y espectáculos, una de entrevistas, una de reportajes y entre uno a cinco de absoluta publicidad, solamente los días viernes se incluye una página de avisos económicos clasificados y, además, la *Revista Automotriz Tacómetro* con datos y reportajes sobre compraventas de vehículos.⁴¹

⁴¹Véase anexos, entrevista a Janson, Jenny. Relacionadora Pública Publímetro. Santiago.

Cuadro # 1. Cantidad de páginas por sección Publimetro.

FECHA	NACIONAL	INTERNAC.	ECONOMÍA	STGO.	DEP.	REGIONAL
30/JUN/2003	2	3	2	3	4	5
11/JUL/2003	2	3	3	2	4	7
15/JUL/2003	3	2	1	3	2	3
FECHA	CULTURA - ESPECTÁCULOS	ENTREV.	REPORTAJES	PUBL.	CLASIFICADOS	
30/JUN/2003	5	1	0	5	0	
11/JUL/2003	4	1	0	3	1	
15/JUL/2003	3	0	1	1	0	

Respecto a las fuentes informativas utilizadas por el matutino, podemos afirmar que cerca del 40 por ciento de las noticias publicadas son producto del reporteo efectuado por sus propios periodistas, no obstante, alrededor del 60 por ciento – es decir más de la mitad – son notas extraídas de diferentes agencias informativas, entre las cuales destacan UPI, ORBE y EFE. En cuanto a las entrevistas y reportajes, estas son hechas en su totalidad por reporteros del diario, ahora, en el caso de personajes internacionales dichas notas son enviadas por MTG desde alguna ciudad del mundo en que también circule *Publimetro*.⁴²

⁴² Véase anexos, entrevista a Janson, Jenny. Relacionadora Pública Publimetro.Santiago.

Cuadro # 2. Cantidad de informaciones según su fuente Publimetro.

FECHA	TOTAL INFORMAC.	REPORTEO PROPIO	FUENTE UPI	FUENTE ORBE	FUENTE EFE	OTRAS AGENCIAS
30/JUN/2003	151	43	5	11	30	62
11/JUL/2003	95	45	6	3	14	37
15/JUL/2003	97	41	7	1	17	31

El tratamiento de la noticia en este medio podría ser definido como “*breve y compacto, pero esclarecedor*”. Al revisar detenidamente las páginas de cada ejemplar del diario, nos podemos dar cuenta que está especialmente diseñado para la lectura del pasajero del servicio Metro S.A. En un tiempo promedio de 20 minutos una persona puede enterarse de todo el acontecer nacional e internacional. Cada nota está redactada en un promedio de tres a cinco párrafos, algunas incluso no requieren más de uno y por lo general ninguna sobrepasa los diez.⁴³

⁴³ www.publimetro.cl/Internet.

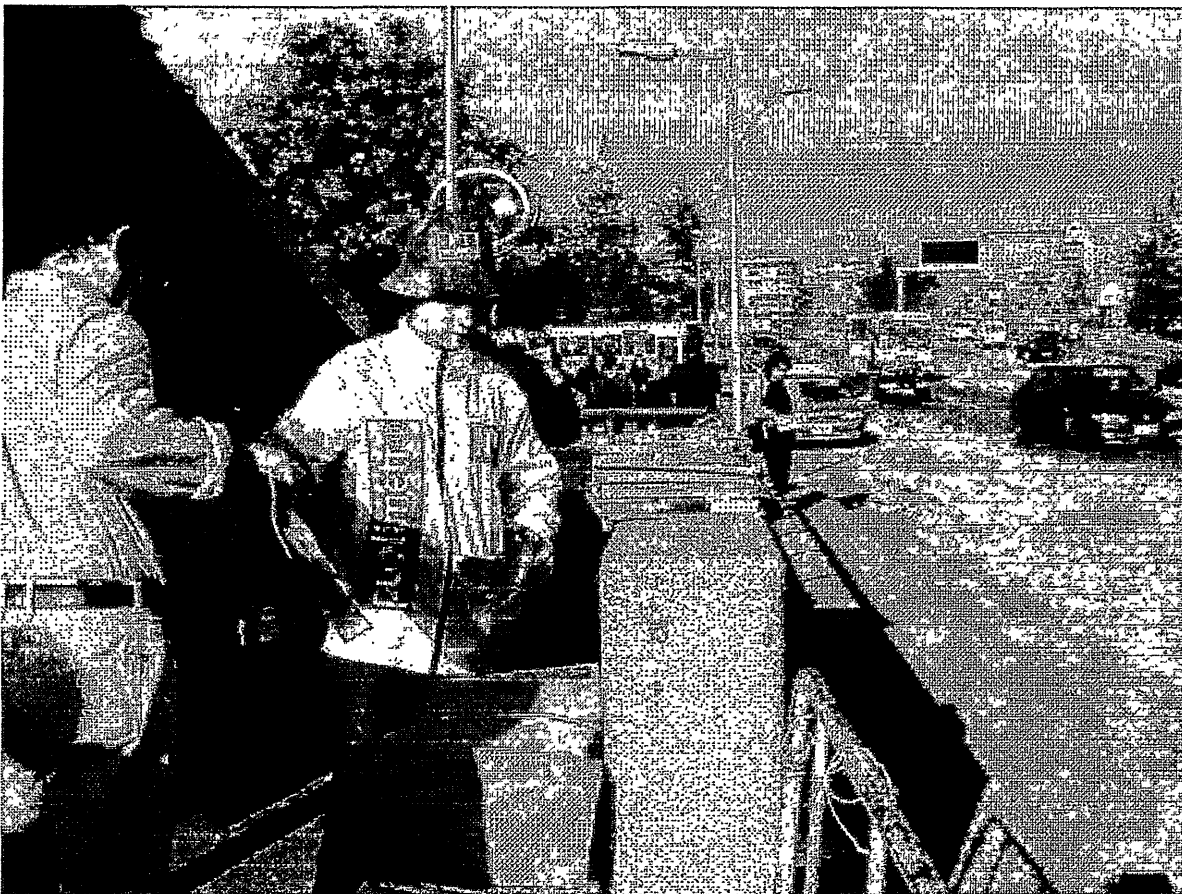


Foto N° 14.

En la edición de *Publmetro* correspondiente al lunes 30 de junio de 2003, con el titular *"Micreros se pliegan al paro de la CUT del 13 de agosto"* y la bajada *"Dirigentes del sector dijeron que no bloquearán las calles y carreteras con sus buses"*, se puede leer en tan solo un párrafo la siguiente información:

"Los trabajadores de la locomoción colectiva anunciaron que se plegaran al paro nacional de actividades convocado para el día 13 de agosto por la CUT, en el que manifestarán su rechazo al Plan TranSantiago, ya que, según los dirigentes, unos 12 mil choferes se verán afectados con la iniciativa. La información fue entregada por dirigentes de la Confederación Nacional Unitaria de Trabajadores del Transporte, que aclaró que el paro no contemplará ningún tipo de manifestación"

*pública con los vehículos, como ocurrió en agosto del año pasado cuando los transportistas bloquearon calles y carreteras del país con sus buses.*⁴⁴

Esta información es ampliada en la página 11 del mismo ejemplar a seis párrafos, bajo el titular de *“Choferes se unen a la paralización de la CUT”* y la bajada *“Los trabajadores de la locomoción colectiva protestarán por el plan de transportes que impulsa el gobierno”*.

En la página 4 de la publicación del viernes 11 de julio de 2003, con el titular *“Accidente de bus deja 21 muertos”* y la bajada *“El vehículo cayó de un puente en Hong Kong luego de chocar con un camión”*, se puede leer en dos párrafos la siguiente noticia:

“Un autobús de dos pisos en el que viajaban estudiantes y otros pasajeros chocó ayer con un camión y se precipitó por un puente en una carretera de Hong Kong, provocando la muerte de 21 personas, en el peor accidente de tráfico en la historia reciente del territorio.”

*“El conductor del autobús se encontraba entre los muertos. La policía dijo que el chofer del camión fue arrestado y será acusado de conducir de forma peligrosa.”*⁴⁵

Finalmente, en el ejemplar del martes 15 de julio de 2003, específicamente en la página 11, bajo el titular de *“Acosta pide unión en Bolivia”* y la bajada de *“El entrenador llegó ayer a La Paz, para hacerse cargo del conjunto verdiblanco”*, se lee en tres párrafos lo siguiente:

⁴⁴ Diario *Publimetro*.30/Junio/2003.Santiago:Página 1.

⁴⁵ Diario *Publimetro*.11/Julio/2003.Santiago: Página 4.

“El entrenador uruguayo – chileno Nelson Acosta, pidió ayer unión y confianza en la selección boliviana que debutará frente a Uruguay en las eliminatorias del Mundial de Alemania 2006.”

“Acosta, que llegó ayer a La Paz, tras una breve estadía en Santa Cruz, declaró que “tienen que creer en nosotros y sobre todo tenemos que estar unidos para lograr el objetivo” y anticipó que la concentración para las dos primeras jornadas de las eliminatorias sudamericanas será en La Paz desde el 18 de agosto.”

“Para mí lo importante en este momento es Bolivia y les aseguro que no tendré ningún sentimiento cuando juguemos contra uruguayos y chilenos”, puntualizó.”⁴⁶

Como podemos apreciar, los tres ejemplos precedentes nos ratifican el carácter *“breve y compacto, pero esclarecedor”* de *Publimetro*, un diario orientado a una masa heterogénea de personas que puede quedar completamente informada en pocos minutos antes de iniciar su rutinaria jornada.

Modern Times Group, el consorcio escandinavo dueño de *Publimetro*, define a este matutino como la red de información urbana más grande del mundo, debido a la gran cantidad de ciudades y países en los que circula este medio gratuito, aunque en ciertos puntos del planeta circula bajo el nombre de *Metro* y en otros como *Mtg.*⁴⁷

En lo que respecta a la línea editorial del diario, el holding asegura que se trata de *“un conjunto de notas resumidas del acontecer informativo nacional e internacional, redactadas en un lenguaje objetivo, ameno y de fácil comprensión, especialmente orientado al prototipo de ciudadanos que utiliza el transporte*

⁴⁶ Diario *Publimetro*, 15/Julio/2003. Santiago: Página 11.

⁴⁷ www.publimetro.cl/internet.

*público, quienes necesitan saber lo que ocurre en Chile y el mundo en un lapso reducido de tiempo.*⁴⁸



Foto N° 15.

5.- PERFIL PERIODISTICO DE LA HORA Y LA HORA DE LA TARDE.



La Hora – medio escrito de distribución gratuita que como ya es sabido surgió como respuesta a *Publimetro*, pero que a diferencia de este sólo se reparte en Santiago – tiene en cada ejemplar las medidas de 37 por 28 centímetros, utiliza la tipografía conocida como “*Times new roman*” y la distribución del texto al interior de sus páginas es por lo general a seis columnas, aunque también suelen utilizar cuatro o cinco. Cada ejemplar del diario contiene entre veinte a veinticuatro páginas, mientras que cada edición de *La Hora de La Tarde* lleva siempre veinte, salvo que alguna información de importancia amerite el aumento de su extensión. Generalmente este medio publica entre cuatro a seis páginas de informaciones nacionales, entre uno y tres de internacionales, uno y dos de economía, dos a

cuatro referente a deportes, cuatro y cinco de cultura y espectáculos, una de reportajes y dos de absoluta publicidad. Solamente los días lunes y viernes se incluye una página de avisos económicos clasificados y algunos insertos publicitarios de diferentes compañías.⁴⁹

Cuadro # 3. Cantidad de páginas por sección La Hora y La Hora de La Tarde.

FECHA	NACIONAL	INTERNAC.	ECON.	DEP.	REPORTAJES
30/JUNIO/2003	4	2	2	4	5
11/JULIO/2003	6	1	2	3	4
15/JULIO/2003	5	3	2	2	5
11/JULIO/2003	5	1	1	4	4
FECHA	ESPECTÁCULOS	PUBLICIDAD		CLASIFICADOS	
30/JUNIO/2003	2	1		1	
11/JULIO/2003	0	0		1	
15/JULIO/2003	0	0		0	
11/JULIO/2003	0	1		1	

En torno a las fuentes informativas utilizadas por *La Hora* y *La Hora de La Tarde*, las noticias publicadas son en su totalidad producto del reporte efectuado por los periodistas de COPESA, holding al cual pertenecen ambos diarios y que también es dueño de *La Tercera* y *La Cuarta*. Respecto a los reportajes tanto del matutino como del vespertino, estos también son hechos en su totalidad por reporteros del holding.

⁴⁹ Consorcio Periodístico de Chile S.A.Santiago.

El tratamiento de la noticia en este medio, tanto del matutino como del vespertino, podría ser definido como de "*lectura rápida y fácil comprensión*", pero a diferencia de *Publimetro*, *La Hora* publica menos cantidad de informaciones pero más extensas en su redacción, cada una de las entre treinta a cuarenta y cinco notas contiene unos tres a diez párrafos. En un tiempo promedio de 20 minutos el pasajero del servicio Metro S.A puede enterarse del acontecer nacional e internacional, en menos noticias pero mayor extensión.⁵⁰



Foto N 16.

⁵⁰ Consorcio Periodístico de Chile S.A.Santiago.

Cuadro # 4. Cantidad de informaciones por día La Hora y La Hora de La Tarde.

30/JUNIO/2003.	11/JULIO/2003	15/JULIO/2003	11/JULIO/2003
43	37	37	30

En la página 4 de la publicación del lunes 30 de junio de 2003, con el titular *“Nuevas autopistas reducirán en la mitad tiempos de viaje”* y el epígrafe *“Con una inversión de US\$ 1800 millones”*, se puede leer en 7 párrafos la siguiente noticia:

“El año 2006 existirán siete nuevas autopistas en la capital con un total de 215 kilómetros, lo que significa una inversión cercana a los mil 800 millones de dólares. Ya están en construcción Costanera Norte Kennedy, Norte Sur General Velázquez, Vespucio Norponiente, Vespucio Sur y acceso sur a Santiago.”

“Pero más allá de lo que significa en infraestructura, lo importante es cómo disminuirán los tiempos de viaje.”

“La Costanera Norte tendrá una extensión de 37 kilómetros. Esta obra reducirá los tiempos de viaje entre Lo Barnechea y Pudahuel de 55 a 25 minutos.”

“En la autopista Norte Sur General Velázquez se reducirán los tiempos de viaje entre Quilicura y el río Mapocho de 70 a 30 minutos.”

“La autopista Norponiente tendrá una extensión de 29 kilómetros. En ella los tiempos de viaje entre El Salto y la Ruta 78 disminuirán de 50 a 22 minutos.”

“En la autopista Vespucio Sur que unirá la Ruta 78 con Avenida Grecia, disminuirán los tiempos de viajes de 40 a 18 minutos.”

“El acceso sur a Santiago tendrá dos vértices: uno urbano que unirá Américo Vespucio con Puente Alto y uno rural que conectará Puente Alto con Hospital. Los

*tiempos de viaje disminuirán considerablemente, pues en la actualidad entrar a Santiago demora entre 50 y 70 minutos. Con esta obra se reducirá a 35 minutos.*⁵¹

En el ejemplar del viernes 11 de julio de 2003, específicamente en la página 4, bajo el titular de *“DC analizó posición futura de Frei”* se lee en tres párrafos lo siguiente:

“Anoche el Consejo Nacional de la DC escuchó los argumentos que tuvo el ex Presidente Eduardo Frei para negarse a aprobar los impuestos específicos para el financiamiento de la agenda social del Gobierno. No obstante, antes de que comenzara la reunión, en la DC ya se comentaba que el senador no recibiría reconvencción alguna por su calidad de ex mandatario.”

“En todo caso, el vicepresidente DC, Hosain Sabag, explicó que el análisis busca adoptar una definición respecto a la postura que tendrá Frei para que “no haya malos entendidos a futuro.”

*“En ese sentido, indicó que en el tema de las reformas constitucionales necesitan “saber si su voto va a estar de acuerdo con lo que la DC aspira doctrinariamente o va a actuar en forma individual.”*⁵²

En la edición de *La Hora* correspondiente al martes 15 de julio de 2003, se aprecia el titular *“Vacaciones en defensa propia”* junto a las siguientes bajadas:

“Tras presentar una querrela en contra de quienes lo acusan de violaciones a los derechos humanos – y alegando una suerte de persecución política – el director

⁵¹ Diario *La Hora*.30/Junio/2003.Santiago:Página 4.

⁵² Diario *La Hora*.11/Julio/2003.Santiago:Página 4.

de la Policía de Investigaciones, Nelson Mery, optó ayer por hacer uso de su feriado legal para abocarse de lleno a su defensa.”

“El Gobierno en tanto declaró, en alusión al funcionario, que “no hay un respaldo ni sacar el respaldo, este es el legítimo derecho de Mery de defenderse de una acusación grave.”⁵³

Esta información es ampliada en la página 2 del mismo ejemplar a ocho párrafos, bajo el titular de “Mery toma vacaciones para defenderse de acusaciones.”

Finalmente, en la página 7 de *La Hora de La Tarde* que circuló el viernes 11 de julio de 2003, con el titular de “Británicos asumen que no hay armas” y el epígrafe “De destrucción masiva en Irak”, se puede apreciar en cuatro párrafos la siguiente nota:

“Aunque no en forma oficial, el gobierno británico admitió ayer que no se hallarán dentro de Irak las armas de destrucción masiva que sirvieron como justificación para la invasión del país y el derrocamiento del régimen de Saddam Hussein.”

“Según analistas estas confesiones de altos funcionarios del gobierno del Primer Ministro, Tony Blair, al periodista Andrew Marr, de la BBC de Londres, son parte de una campaña mediática que busca justificar ante la opinión pública local la ausencia de las pruebas prometidas por los laboristas.”

“Sin embargo la oposición espera que Blair y sus asesores no terminen sin un juicio político. Esta mañana el líder conservador Duncan Smith reclamó una investigación independiente presidida por un juez para aclarar los hechos.”

“Mientras del gobierno británico reconocieron, aunque en forma anónima, por primera vez que no esperan ningún hallazgo de armas de destrucción masiva en

*Irak. En todo caso, el comentarista político Andrew Marr asegura que las mencionadas fuentes “siguen estando seguras de que Irak contaba con un programa de destrucción masiva antes de la guerra, pero las armas habrían sido destruidas o estarían escondidas en algún lugar inencontrable.”*⁵⁴

Si nos fijamos bien, los cuatro ejemplos precedentes nos confirman la principal característica de *La Hora* y *La Hora de La Tarde*, es decir, un tipo de “lectura rápida y fácil comprensión”. Este matutino y vespertino – al igual que *Publímetro* – está orientado a una masa heterogénea de personas que puede quedar completamente informada en pocos minutos antes de iniciar su rutinaria jornada, pero a diferencia de este, con menos noticias pero más extensas.

La principal diferencia de *La Hora*, *La Hora de La Tarde* y *Publímetro* con respecto a los matutinos y vespertinos de venta en los kioscos es su tamaño, pues mientras estos poseen medidas propias, *La Tercera*, *La Cuarta* y *La Segunda*, por ejemplo, son del porte conocido como tabloide. Por su parte *El Mercurio*, tal como lo indica su nombre, utiliza la medida mercurial.

Como ya lo hemos señalado, en promedio un medio escrito de distribución gratuita cuenta con entre veinte a treinta páginas, mientras que el resto de los diarios supera ampliamente dicha cifra, promediando las cuarenta a cuarenta y cinco páginas por ejemplar y superando incluso las cincuenta en las ediciones de fin de semana, particularmente el domingo.⁵⁵

Por último, la estructura en cuanto a redacción y estilo también es diferente, *La Tercera*, *La Cuarta* y *La Segunda* están lejos de caracterizarse por un tipo de

⁵³ *Diario La Hora*. 15/Julio/2003. Santiago: Página 1.

⁵⁴ *Diario La Hora de La Tarde*. 11/Julio/2003. Santiago: Página 7.

lectura rápido. Al contrario, estos medios se supone que *"no están orientados única y exclusivamente a los pasajeros del transporte público"*, razón por la cual gran parte de sus noticias, entrevistas y reportajes superan ampliamente los quince párrafos.⁵⁶

Para demostrar las principales diferencias de perfil periodístico entre un periódico de libre distribución y un diario de venta directa en kioscos, nada mejor que tomar como ejemplo un par de noticias publicadas el mismo día por *La Tercera* y *El Mercurio*, los matutinos pertenecientes a los principales consorcios periodísticos del país.

Bajo el titular de: *"Defensa de Mery anuncia importantes novedades"*, el epígrafe: *"Abogado a la espera de informe"* y la bajada: *"El jefe policial debía asumir mañana el mando institucional, pero decidió hacer uso de seis días administrativos pendientes"*, en la edición de *El Mercurio* correspondiente al 22 de septiembre de 2003, se puede leer en 15 párrafos la siguiente información.

"Una semana clave se avecina para el director de Investigaciones, Nelson Mery, en vísperas de cumplir – el próximo martes 30 de septiembre – todos los plazos legales que solicitó para abocarse a su defensa, ante las acusaciones que levantó en su contra la ex presa política Odette Alegría, por abusos deshonestos."

"Debía volver mañana, pero – según se informó en su círculo más cercano – decidió hacer uso de seis días administrativos pendientes, por lo que aplazó su regreso para la próxima semana."⁵⁷

⁵⁵ Cabrera, Alejandro. Ex Presidente Círculo de Periodistas. Santiago.

⁵⁶ Cabrera, Alejandro. Ex Presidente Círculo de Periodistas. Santiago.

⁵⁷ Diario *El Mercurio*. Santiago. 22 de septiembre de 2003.

“Fuentes de La Moneda informaron a El Mercurio que durante esta semana habrá una crucial definición sobre la permanencia o mantención del jefe policial, pero fueron especialmente cautas en no develar el sentido que tendrá ésta.”

“Hasta ahora, el gobierno ha buscado una salida por la puerta ancha del jefe policial, que llegó a dirigir la institución en 1992 tras la abrupta salida de Horacio Toro por el escándalo que provocó el espionaje político.”

“La formula, sin embargo, ya no pasaría – se afirmó – por nuevos plazos de permanencia.”

“Es más, se estima que estos se han estrechado y que es imposible extenderlos hasta enero o marzo del próximo año, porque la institución requiere de un mando en propiedad, no de subrogancias, y porque el caso de Linares – en términos de defensa judicial – se prevé de largo aliento.”

“Desde el 14 de julio, Investigaciones ha tenido un mando interino, cosa que se estima altamente inconveniente, sobre todo en un área de tanta sensibilidad.”

“De ahí que una salida de Mery esté amarrada a la ratificación del prefecto general Luis Henríquez o a la nominación de otro como titular, ya sea interino o externo.”

“Dentro de la institución, aparte de Henríquez sigue sonando el nombre de Arturo Herrera, jefe de Educación Policial, aunque su virtual elección tiene un inconveniente: obligaría a los primeros ocho de la línea de mando – incluido Mery – a abandonar Investigaciones. Pese a los escenarios, el abogado del jefe policial, Jorge Mario Saavedra, informó ayer a El Mercurio que la defensa está bien encaminada, y que por el miércoles va a haber noticias importantes en el caso. Como elementos en su favor mencionó que está a la espera de unos trascendentes informes.”

“El jurista tuvo anoche una reunión con Mery para afinar detalles de las acciones que realizarán durante esta semana ante la justicia.”⁵⁸

“Desde que estalló el caso, el jefe policial – quien ayer estuvo durante toda la mañana en su residencia y a través de la guardia informó que no haría declaraciones – ha insistido en que jamás ha torturado a nadie en su carrera policial y que no tiene nada que ocultar.”

“Para aclarar lo sucedido presentó a mediados de julio – ante el Vigésimo Tercer Juzgado del Crimen de Santiago – una querrela por injurias con publicidad en contra de su demandante: la ex presa política Odette Alegría.”

“Luego que ese juzgado se declarara incompetente, la causa pasó a manos de un ministro de fuero. Para tal efecto fue nombrado el magistrado Lamberto Cisternas, de la Corte de Apelaciones de Santiago. El juez especial tomó declaración a Mery a fines de la semana antepasada. En la diligencia el jefe de Investigaciones insistió en su inocencia.”

“Frente a su salida de la institución por este episodio, Mery ha sido enfático en sostener que su cargo sólo depende del Presidente de la República, y que nunca ha pensado en renunciar.”

“A nivel concertacionista se le reconoce su aporte al esclarecimiento de causas sobre derechos humanos.”⁵⁹

“De hecho, quienes no han dudado en defenderlo han sido justamente los ex Presidentes de la República de la coalición: Patricio Aylwin y Eduardo Frei Ruiz-Tagle.”

⁵⁸ Diario *El Mercurio*. Santiago. 22 de septiembre de 2003.

⁵⁹ Diario *El Mercurio*. Santiago. 22 de septiembre de 2003.

Por su parte *La Tercera* en su edición del mismo día 22 de septiembre de 2003, bajo el titular de: *"Firmas públicas entregarán en 2003 mayores excedentes en cuatro años"*, el epígrafe: *"Empresas estatales – excluida Codelco – traspasarán al Fisco casi \$158 mil millones, de los cuales el 51% será aportado por Enap"*, y la bajada: *"Las estimaciones oficiales indican que este año la generación de excedentes será un 21,2% mayor a lo observado durante el 2002, cuando el total sumó \$130.155,5 millones"*, se puede leer en ocho párrafos la siguiente información:

"A su mayor nivel en los últimos cuatro años llegará el traspaso de excedentes de las empresas públicas al fisco durante el 2003. Sin considerar los recursos que entrega Codelco cada año, el aporte estimado es de \$157.779 millones (unos US\$ 222 millones), de los cuales el 51,2% será provisto por la Empresa Nacional del Petróleo (Enap), tendencia que se repite desde mediados de la década pasada."

"Según estadísticas de la Dirección de Presupuestos, la transferencia de dividendos prevista para este año es la más alta desde 1999, cuando totalizaron \$181.433 millones. Este ítem lo que mide es la entrega de utilidades después de impuestos que hacen las estatales a la caja fiscal cada año."

"Las estimaciones oficiales indican que este año el traspaso de excedentes será un 21,2% mayor a lo observado durante el 2002, cuando el total sumó \$130.155 millones. Los registros del equipo económico señalan que de las 31 empresas públicas que están obligadas a cumplir con ese aporte tanto al Fisco como a la

ellos. En su gran mayoría, estos diarios se reparten en las salidas del Metro y en vías de la zona oriente en las que la gente va de vuelta a sus hogares”, agrega Padilla.

Para el representante de *La Hora de la Tarde*, la aparición de estos diarios gratuitos ha significado fuertes cambios en los hábitos de lectura de los santiaguinos e importantes nuevos beneficios: “*Tanto La Hora como PubliMetro han ampliado en un cincuenta por ciento el número de lectores en la Región Metropolitana, en un año y pocos meses, lo cual es un crecimiento súper explosivo. Esto explica por qué surgen los diarios de la tarde*”.

La Hora de la mañana tiene 100 mil ejemplares; *La Hora de la Tarde*, 50 mil; *La Voz de la Tarde* cuenta con un tiraje de 60 mil, y *PubliMetro*, con otros 120 mil.

“*Pero en la lectoría, que es lo importante, La Hora de la mañana tiene 2,23 lectores por ejemplar; PubliMetro, 2,22; es decir, estamos hablando de más de quinientas mil personas leyendo el diario de la mañana y un porcentaje aún no medido en la tarde, pero en que ya hay ciento diez mil circulando*”, agrega el periodista.

Padilla considera que este tipo de diarios, por sus características, debieran desarrollar fuertemente un rol de servicio público. Potenciar esto puede ser fundamental a la hora de buscar un sello.

“*Yo creo que por ahí puede haber una identidad propia. Para esto nos estamos coordinando con instituciones para que nos entreguen la información necesaria. Por ejemplo, estamos evaluando un acuerdo con la Fundación Chile para que ellos nos enseñen todo lo que tiene relación con el tema de las Pymes. En esto*

hay mucho por hacer y entregar", comenta el representante de *La Hora de la Tarde*.

DATOS DIARIO LA HORA.

Holding propietario del medio: Consorcio Periodístico de Chile (Copesa.)

Fundador y primer director: Fernando Paulsen.

Fecha circulación primer número: 18 de noviembre de 1997.

* Anterior a este primer número, el día 17 de noviembre de 1997, circuló un ejemplar promocional al interior del Estadio Nacional, minutos antes de finalizar el encuentro en que la selección chilena de fútbol clasificó a la Copa del Mundo Francia 98.

* Inicialmente, el diario *La Hora* circuló como un vespertino de venta directa en kioscos, al igual que *La Segunda*.

* Tras el ingreso del consorcio Mtg al país con su periódico de distribución gratuita, *La Hora* es refundada con el objetivo de competir con este nuevo referente de la de la prensa nacional, comienza a circular bajo el nombre de *La Hora* en horario matutino, y como *La Hora de La Tarde* en horario vespertino.

Fecha circulación primer número de distribución gratuita: Febrero de 2000.

Nombre Editor General: Marcel Socías.

Nombre Representante Legal: Gonzalo Parot.

Dirección Edificio Corporativo: Avda. Vicuña Mackenna 1870.

(Fuente: Copesa S.A.)

CONCLUSION.

Como una forma de dar respuesta a las principales hipótesis planteadas en el presente trabajo, estamos en condiciones de enumerar las siguientes ideas generales a modo de conclusión:

1.- El perfil periodístico de *Publimetro* responde a un modelo de brevedad en la información pensado para un tipo de lectura rápida. Este periódico publica al interior de sus páginas sobre cincuenta breves notas informativas, las cuales le permiten a sus lectores quedar completamente informados de la actualidad nacional e internacional en un lapso de tiempo no superior a los 20 minutos. Por su parte, *La Hora* y *La Hora de La Tarde* responden exactamente al mismo estilo de *Publimetro* pero con una diferencia, y es que imprimen informaciones más extensas pero en menor cantidad, demorando una persona los mismos 20 minutos en saber lo que ocurre en Chile y el mundo.

2.- El nivel periodístico y estructura de un diario convencional a la venta en kioscos es mucho más completa que la de estos medios escritos de distribución gratuita, lo que no quiere decir en lo absoluto que sean de mala calidad. Lo que ocurre es que por su estilo breve y directo, *Publimetro*, *La Hora* y *La Hora de La Tarde* no ofrecen las noticias en más de una página, ni tampoco extensos reportajes y entrevistas como lo hacen matutinos asociados a la Asociación Nacional de la Prensa (ANP), tales como *La Tercera*, *El Mercurio*, *Las Últimas Noticias* y *La Nación*.

3.- Tal como lo vimos en el desarrollo del Capítulo III, la llegada de *Publimetro* al país generó mucha resistencia en aquellos círculos que mantienen un verdadero monopolio dentro de la prensa escrita nacional, llegando incluso la ANP a entablar

acciones legales con el fin de evitar la circulación de este nuevo matutino. Al no lograr la eliminación de este nuevo referente, el Consorcio Periodístico de Chile (COPESA) puso en circulación *La Hora* y *La Hora de La Tarde* con el fin de constituirse en la principal competencia de este periódico de origen sueco. Más adelante surgiría *La Voz de La Tarde* perteneciente a la Empresa Periodística La Nación, sin embargo, este vespertino dejó de circular al poco tiempo tras acaparar escaso avisaje publicitario.

4.- Como ya está dicho, los medios escritos de distribución gratuita están orientados a una masa heterogénea de personas. Por su parte los diarios de venta directa en kioscos, a diferencia de *Publimetro* y *La Hora*, cuentan con un público a nivel nacional mucho mayor en cantidad a los transeúntes de Santiago, Rancagua, Viña del Mar, Valparaíso y Concepción, ciudades en las cuales circula el periódico de capitales escandinavos. En consecuencia, por la razón expuesta anteriormente, estos nuevos periódicos no representan ningún peligro en términos comerciales para los diarios agrupados en la ANP, por lo demás, estos últimos cuentan con un tipo de lector cautivo que busca completas notas informativas, amplios reportajes y entrevistas en profundidad, algo que por su estilo de gratuidad *Publimetro* y *La Hora* no ofrecen.

5.- *Publimetro* y *La Hora* se distribuyen en forma gratuita, entonces, cabe preguntarse ¿cómo subsiste *Publimetro*?, porque ya sabemos que *La Hora* pertenece a uno de los consorcios periodísticos más poderosos del país (COPESA), ante lo cual deducimos que su supervivencia no está en riesgo. Pese a repartirse sin costo a los lectores, este medio escandinavo de Modern Times Group (MTG) que inauguró un nuevo ámbito en Chile se financia gracias a la

inversión publicitaria de diversas empresas que promocionan sus productos y servicios, lo que representa una muy buena vitrina pues el periódico al no tener costo para el público garantiza una cantidad fija de contactos diarios, de gente que leerá sus avisos, de potenciales compradores a fin de cuentas.

6.- A lo largo del desarrollo del presente trabajo, se dejó establecido la existencia de una experiencia internacional que explica el nacimiento de este tipo de periódicos en Chile. Se trata del consorcio sueco MTG que inauguró un periódico gratuito bajo el nombre de *Metro*, pues originalmente se distribuyó en las estaciones del tren subterráneo en las principales ciudades de los 16 países del mundo en que está presente, a Chile este medio llegó en enero de 2000. En agosto de 2001 "Metro Internacional" se separó del grupo MTG para cotizar como empresa independiente en las bolsas de Nasdaq y Estocolmo.

Finalmente y a modo de resumen general: el perfil periodístico de los periódicos gratuitos es de brevedad en la información pensado en una lectura no superior a los 20 minutos; el nivel periodístico y estructura de un diario convencional es más completo que el de un periódico gratuito pues sus públicos son diferentes; La aparición de *Publimetro* en Chile impulsó el surgimiento de nuevos medios gratuitos como *La Hora*, *La Hora de La Tarde* y *La Voz de La Tarde*; estos periódicos gratuitos no representan ningún peligro en términos comerciales para los medios de la ANP; *Publimetro* se financia gracias a la inversión publicitaria que en él realizan diversas empresas ; Y la experiencia internacional que explica este nuevo ámbito dentro de los medios de comunicación es la de MTG, consorcio sueco presente en 21 ciudades en el mundo y creador de *Metro*. *Mtg* y ahora *Publimetro* (en Chile).

BIBLIOGRAFIA.

- Cabrera, Alejandro. Ex Presidente Círculo de Periodistas de Santiago. (Conversación).
- Cebra Producciones. Santiago.
- Consorcio Periodístico de Chile. Santiago.
- **Diario El Mercurio**. Santiago 22 de septiembre de 2003.
- **Diario La Tercera**. Santiago 22 de septiembre de 2003.
- **Diario La Hora**. Santiago. 30 de junio de 2003.
- **Diario La Hora**. Santiago. 11 de Julio de 2003.
- **Diario La Hora de La Tarde**. Santiago. 11 de julio de 2003.
- **Diario La Hora**. Santiago. 15 de julio de 2003.
- **Diario Publimetro**. Santiago. 30 de junio de 2003.
- **Diario Publimetro**. Santiago. 11 de julio de 2003.
- **Diario Publimetro**. Santiago. 15 de julio de 2003.
- Digigraf S.A. Santiago.
- Fazio, Hugo. **Mapa Actual de la Extrema Riqueza**. Santiago. LOM Ediciones. 2000.
- Padilla, Marcelo. Editor General periódicos *La Hora* y *La Hora de la Tarde*.
- Walker, Juan. Director periódico *La voz de la Tarde*.
- Janson, Jenny. Relacionadora Pública de *Publimetro*.
- Millar, Walterio. **Historia de Chile**. Santiago. Editorial Zig Zag. 1976.
- Nexograf S.A. Santiago.

- Ossandón, Carlos. ***El Crepúsculo de los Sabios y la Irrupción de los Publicistas: Prensa y Espacio Público en Chile***. Santiago. LOM Ediciones. 2000.
- ***Revista Qué Pasa***. Santiago. Enero 2003.
- Santa Cruz, Eduardo. ***Análisis Histórico del Periodismo Chileno***. Santiago. Editorial Nuestra América. 1988.
- Santibáñez, Abraham. ***Introducción al Periodismo***. Santiago. Editorial Los Andes. 1994.
- Sunkel, Guillermo. ***Concentración Económica de los Medios de Comunicación***. Santiago. LOM Ediciones. 2001.
- Uribe, Hernán. ***La Invisible Mordaza: El Mercado contra la Prensa***. Santiago. Editorial Cuarto Propio. 1999.
- www.el-mundo.es/ Internet.
- www.lasegunda.com/ Internet.
- www.publimetro.cl/ Internet.
- www.revistacarabineros.cl/ Internet.

APENDICE

**ENTREVISTA: JENNY JANSON, RELACIONADORA PUBLICA, PERIODICO
*PUBLIMETRO.***



Foto N° 17.

Jenny Janson - primera de derecha a izquierda - Relacionadora Pública de *Publimetro*.

Esta entrevista fue realizada el día 11 de abril de 2003 en las oficinas de *Publimetro*, ubicadas en Av. Kennedy 5735 Comuna de Las Condes:

¿Qué es *Publimetro*?

-*Publimetro* es un periódico, de distribución gratuita, orientado a un tipo de público de todas las edades y que no tiene más de 20 minutos para la lectura de un diario, esto relacionado con el trayecto que realizan desde sus hogares a su lugar de trabajo o de estudios, en el transporte público, metro.

¿A qué consorcio pertenece el diario?.

-Pertenece al grupo sueco Modern Times Group (MTG), una empresa que durante el último tiempo ha creado también un canal de televisión privado en Suecia, TV3, y algunas radioemisoras en Europa.

¿Aproximadamente cuántos ejemplares se imprimen por día?

- Son 120 mil ejemplares que se distribuyen diariamente sólo en Santiago.

¿Sólamente se distribuye en las estaciones de metro?

- No, ese es el lugar en donde se reparte más del 50 por ciento del tiraje diario acá en la capital, pero también distribuimos en sucursales de librerías y cafeterías bien conocidas, en 21 servicentros Copec del sector oriente y en las intersecciones de calles más transitadas. En regiones, como no existe el metro, se reparte en sus principales avenidas.

¿En cuántos países está presente el diario?.

-A ver, está en Suecia obviamente, acá en Chile, en España, en Dinamarca, en Estados Unidos, no lo recuerdo en estos momentos a todos, pero en total son 16 países.

¿Cuántos lectores se le calculan con la presencia que tiene el medio en el mundo?.

-Contamos con 9 millones de lectores en los países en que existe el diario, acá en Chile se estiman entre 250 y 300 mil.

¿Cuántos periodistas trabajan en el diario?.

-No sabría decirles exactamente, lo que sí tengo conocimiento es que son 50 funcionarios en total, entre periodistas, fotógrafos y reporteros gráficos.

Hay un club de lectores de *Publimetro* ¿Cuántas personas están inscritas?.

-Contamos con más de 40 mil inscritos, y día a día se siguen inscribiendo más personas.

LECTORES MTG

LECTORES DIARIOS DE MTG EN EL MUNDO
9.000.000 DE LECTORES.
LECTORES PUBLIMETRO EN CHILE
250.000 – 300.000 PERSONAS.
SOCIOS CLUB DE LECTORES PUBLIMETRO.
30.000.

Rrpp Publímetro.

ORGANIGRAMA PUBLIMETRO.

Pablo Mazzei
Director y representante legal

Pablo de la Vega
Director

Andrés Israel
Gerente Comercial

Hakan Lundgren
Gerente de Finanzas

Claudio Cancino
Editor General

Claudio Álvarez
Editor de Informaciones

Juan Ignacio Gardiazabal
Gerente de Distribución

NOMBRE DIARIOS DE “MTG” EN EL MUNDO.

“METRO” ----- Bajo este nombre circula en Canadá, Suecia, Finlandia, Holanda, Italia, Grecia, España, República Checa, Hungría, Polonia, Francia, China y Corea del Sur.

“BOSTON METRO” ---- Bajo este nombre circula en Boston, Estados Unidos.

“PHILADELPHIA METRO”----- Bajo este nombre circula en Philadelphia, Estados Unidos.

“METRO EXPRESS”----- Bajo este nombre circula el diario en Dinamarca.

“PUBLIMETRO”----- Bajo este nombre circula el diario en Chile.
RR.PP. *Publimetro*

PRINCIPALES PUNTOS DE DISTRIBUCIÓN DIARIO “METRO” EN EL MUNDO:**CANADA**

*MONTREAL.
*TORONTO.

E.E.U.U

*BOSTON.
*PHILADELPHIA.

CHILE

*SANTIAGO.
*VALPARAISO – VIÑA DEL MAR.
*RANCAGUA.
*CONCEPCIÓN.

SUECIA

*ESTOCOLMO.
*GONTENBURGO.
*MALMO.

FINLANDIA

*HELSINKI.

DINAMARCA

*COPENHAGUE.
*AARHUS.

HOLANDA

*AMSTERDAM.

ITALIA

***ROMA.**

***MILAN.**

GRECIA

***ATENAS.**

ESPAÑA

***BARCELONA.**

***MADRID.**

REPUBLICA

CHECA

***PRAGA.**

HUNGRIA

***BUDAPEST.**

POLONIA

***VARSOVIA.**

FRANCIA

***PARIS.**

***MARSELLA.**

***LYON.**

CHINA

***HONG KONG.**

COREA DEL

SUR

RR.PP *Publíméto.*

***SEUL.**

Entrevista: Juan Walker, Director del periódico *La Voz de la Tarde*.

Juan Walker, Director del medio de distribución gratuita: *La Voz de la Tarde*, de la estatal *La Nación*, comenta cómo se desarrolla este nuevo medio y cuáles son las expectativas.

“Nosotros estábamos desarrollando este proyecto desde hace unos seis meses, y lo dimos a conocer dos semanas antes de que se lanzara. Entonces, La Hora de la Tarde decidió entrar a ese nicho en un lapso muy corto. Salimos ambos diarios el día 3 de julio. Pensamos que la aparición de La Hora nos iba a complicar el paisaje, pero no fue tanto, porque, por ejemplo, ellos decidieron salir más tarde”, comenta Juan Walker, director de *La Voz de la Tarde*, editado por la empresa estatal *La Nación*.

Así, el ejecutivo de *La Voz* da a entender que la mayor preocupación para ellos no es competir con el consolidado diario *La Segunda*, sino que, más bien, con el otro medio gratuito de reciente aparición, *La Hora de la Tarde*, de propiedad de Copesa (*La Tercera* y *La Cuarta*, en el segmento de diarios).

Para él, la situación con *La Segunda* más que de competencia es de “complemento”: “El mercado da para todos. En la mañana se venden, sin contar los dos gratuitos (*La Hora* y *PubliMetro*), unos ciento treinta mil, y no más. Estas son las cifras reales. Por otra parte, la venta del diario *La Segunda*, el único vespertino que existía, no supera las doce mil. Esto quiere decir que de los que compraban el diario en la mañana, un diez por ciento recompraba otro diario en la tarde. Entonces, hay un noventa por ciento de personas que no lo hacía, pero que probablemente le interesa leer diarios. *“Ese es el mercado al cual accedemos*

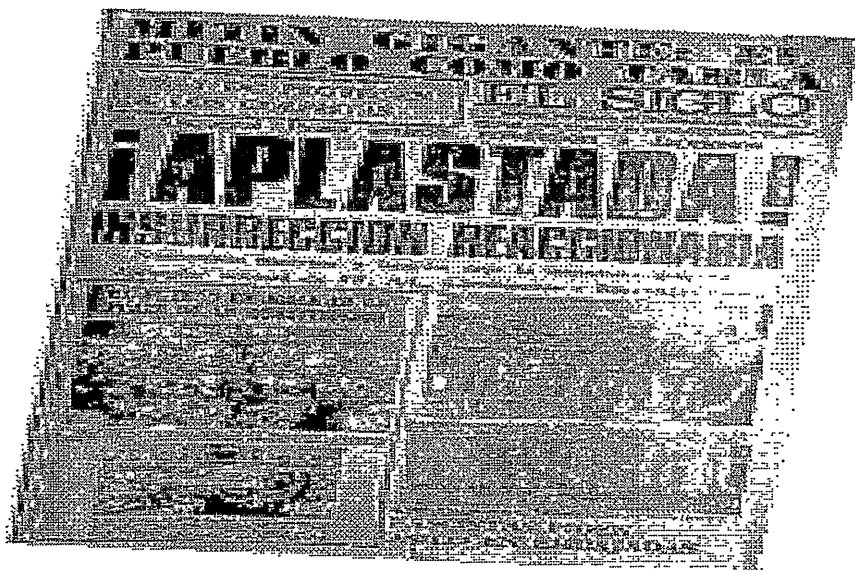
nosotros. Respecto de sacarle mercado a La Segunda, es poco lo que podemos hacer”, explica Walker.

El vespertino de *La Nación* se distribuye en dos horarios: a las tres de la tarde, en el centro, la Alameda; restaurantes de El Bosque, Providencia, Apoquindo y algunos edificios institucionales. *“Luego, entre cinco y media y seis, nos vamos al Metro y al eje de Pedro de Valdivia, desde Los Conquistadores hasta Grecia. Un cordón transversal donde debiera estar pasando actualmente el setenta por ciento de todos los autos que suben hacia el oriente de Santiago, siempre pensando en un perfil de público ABC1 y C2”,* agrega Walker. Con tanta actividad, Walker explica que no dan abasto. La solución: ir encontrando fórmulas que permitan lograr una mayor selectividad en la entrega.



Diario Tribuna.

Foto N° 18.



Diario El Siglo.

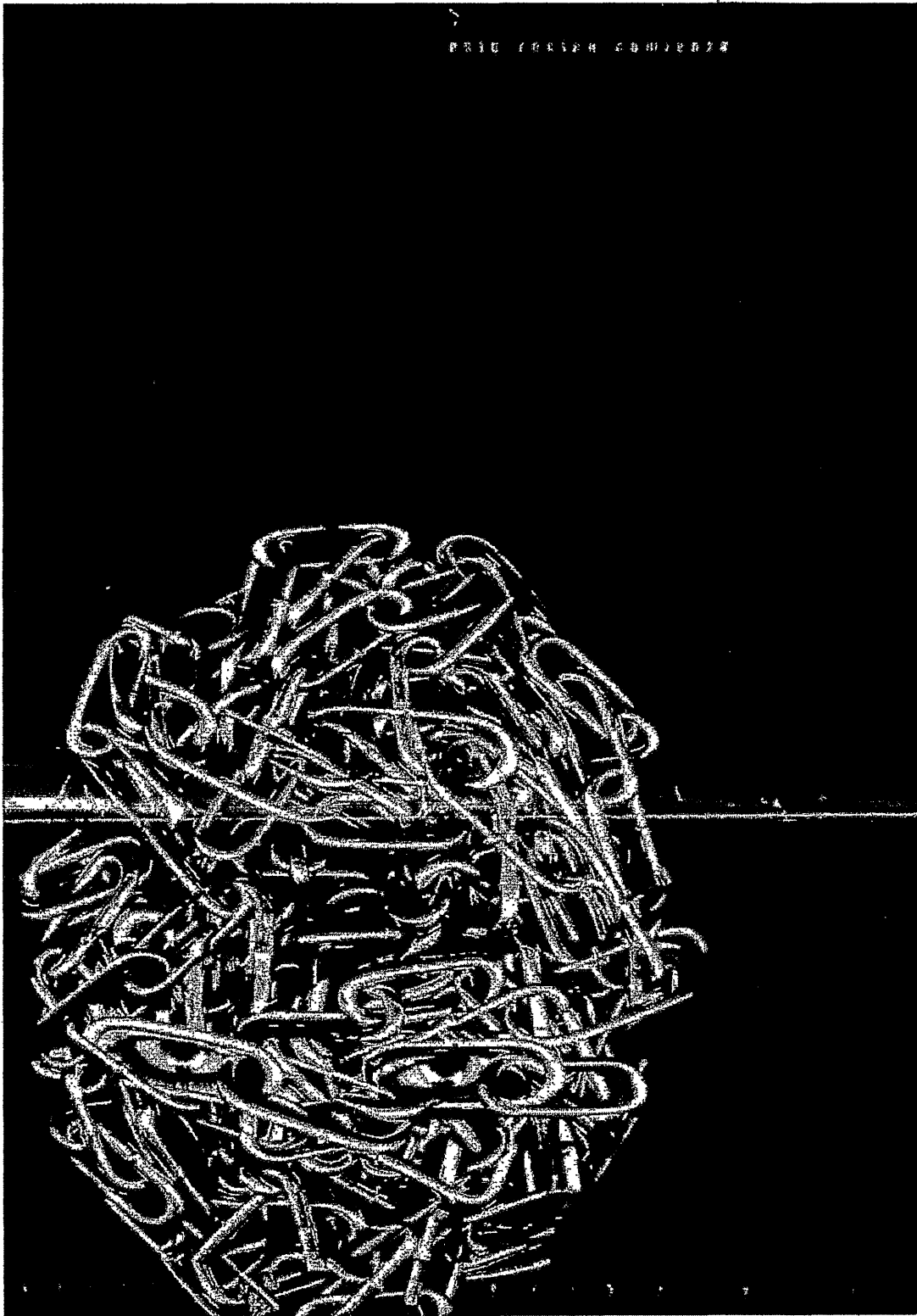
Foto N° 19.



Foto N° 20.

Distribución de *Publimetro* en estaciones del tren subterráneo y principales arterias de Stgo. Foto N° 21.

PRIO / P. 124 / 1972



Portada primer número de la desaparecida Revista The End de distribución gratuita en cines. Foto N° 22.