

UNIVERSIDAD DE CHILE

Facultad de Filosofía y Educación

ESCUELA DE PERIODISMO

EL PERIODISMO EN PROVINCIAS

**Memoria de prueba para optar al título
de Periodista de: ENRIQUE ANDRADE H.
Profesor guía : RAMON CORTEZ P.**



SANTIAGO

1961

Introducción	1
PRIMERA PARTE	
Paralelo entre la prensa de Santiago y provincias	5
Características de los diarios de provincias	9
El medio ambiente y el periodista	17
Factores que inciden en la circulación de la prensa	22
El problema de la prensa analizado desde un ángulo económico	29
Las agencias informativas y los diarios de provincias	52
Las remuneraciones en el periodismo	58
El periodismo frente a otros medios de información	63
¿Disminuye en Chile la demanda por medios de información?	74
La concentración de la prensa. ¿Es independiente la prensa chilena?	79
Preguntas y respuestas	91
Cuadros y gráficos estadísticos:	
Valor comparativo del ejemplar de diario y de otros artículos de consumo habitual, en Santiago (1925/60)	96
Los diarios y su distribución por categorías	97
El tiraje de los diarios	98
Ubicación geográfica de diarios y radioemisoras	100
Factores que inciden en la circulación de los diarios y en la sintonía de las radioemisoras, por provincias	101
Nómina de los diarios editados en 1932	102
Características de los diarios	104
Diarios de reciente desaparición	105
SEGUNDA PARTE	
Introducción	107
La prensa en Magallanes desde 1894 hasta nuestros días	108
Debilitamiento y retroceso del periodismo magallánico	136
Valparaíso: Una prensa en crisis	145
Colchagua: ¿Civilización o barbarie?	162
Bibliografía y fuentes de información	167

El periodismo nacional está en el período más crítico de su historia casi sesquicentenaria. Esta crisis se evidencia en que:

1. La circulación total de los diarios se mantiene estacionaria hace ocho años, mientras la población aumentó en un 20%;

2. Cada día se requiere una mayor inversión de capital y se editan diarios de mayor "dimensión económica" para mantener la industria periódica al ritmo de progreso impuesto por la tecnología moderna que nos transfieren las naciones desarrolladas;

3. Consecuentemente, en los últimos treinta años el número de diarios chilenos disminuyó de 99 a 47, y estos últimos se están "concentrando" en poder de grandes empresas en las cuales prima una finalidad comercial-ideológica;

4. El 70% de los ejemplares de diarios que circulan en el país se editan en Santiago, y esta desproporción tiende a acentuarse;

5. La producción nacional de papel para periódicos aumentó 1.000% en los últimos doce años, mientras el consumo interno se estagnó hace ocho años;

6. La débil relación de 6,8 ejemplares de diario por cada 100 habitantes, muy inferior al mínimo señalado por la Unesco para América Latina, disminuye día a día (1);

(1)

La tabla mínima confeccionada por la Unesco señala 10 ejemplares de periódicos por cada 100 habitantes. En el reciente Seminario sobre Medios de Información en América Latina, dicho organismo estimó en 12,8 la cifra para Chile y 9,1 el promedio general de Sud América.

Los datos para Chile son erróneos. El índice 12,8 aplicado a la población actual del país da un tiraje total para los diarios chilenos de 940.000 ejemplares. Es de esperar que los datos referentes a las demás naciones tengan mayor exactitud.

Nuestra estimación sitúa a Chile en quinto lugar, en Sud América; Argentina tiene la cifra más alta (18,1) y Bolivia la más baja (3,4).

7. Los empresarios actúan, casi sin excepción, guiados por un objetivo comercial, subestimando la información periodística, subestimando y remunerando en forma deficiente al profesional periodista, lo cual se traduce en una disminución de la calidad de la prensa en comparación a los años precedentes;

8. El creciente carácter capitalista de las empresas determina que la prensa -el principal medio de información según la Unesco- esté controlado o influido cada día en mayor proporción por los sectores político-económicamente poderosos, en desmedro de los sectores desposeídos.

LA PRENSA SUBDESARROLLADA

Las consideraciones anteriores son fruto de este estudio acerca de "El Periodismo en provincias". Al analizar el periodismo del "interior" comprendimos la imposibilidad de disociar o dividir la prensa chilena; hay factores comunes, hay relaciones constantes, hay contactos e intercambios permanentes.

Si cabe hacer una diferenciación, no es otra que designar al periodismo metropolitano como prensa desarrollada y al periodismo de provincias como prensa subdesarrollada.

Nuestro objetivo fue analizar el diarismo chileno, si se quiere, anónimo. Presentar una visión de los hombres y empresas del interior, muchas de ellas desconocidas pero no por eso menos sacrificadas y dignas de estímulo.

Quiénes se han referido al periodismo nacional en diferentes oportunidades y desde diversos ángulos se han limitado a los principales órganos de prensa. Por esto todos, en uno u otro sentido, llegaron a conclusiones optimistas respecto a la calidad y el prestigio de la prensa chilena. Pero el periodismo nuestro comprende algo más que los importantes rotativos metropolitanos, ensañados con orgullo como muestra del progreso alcanzado.

¿Qué contrasentido más evidente que "El Mercurio" de Santiago tenga un tiraje dominical superior a los 175.000 ejemplares, con cuatro cuerpos que totalizan más de

7. Los empresarios actúan, casi sin excepción, guiados por un objetivo comercial, subestimando la información periodística, subestimando y remunerando en forma deficiente al profesional periodista, lo cual se traduce en una disminución de la calidad de la prensa en comparación a los años precedentes;

8. El creciente carácter capitalista de las empresas determina que la prensa —el principal medio de información según la Unesco— esté controlado o influido cada día en mayor proporción por los sectores político-económicamente poderosos, en desmedro de los sectores desposeídos.

LA PRENSA SUBDESARROLLADA

Las consideraciones anteriores son fruto de este estudio acerca de "El Periodismo en provincias". Al analizar el periodismo del "interior" comprendimos la imposibilidad de disociar o dividir la prensa chilena; hay factores comunes, hay relaciones constantes, hay contactos e intercambios permanentes.

Si cabe hacer una diferenciación, no es otra que designar al periodismo metropolitano como prensa desarrollada y al periodismo de provincias como prensa subdesarrollada.

Nuestro objetivo fue analizar el diarismo chileno, si se quiere, anónimo. Presentar una visión de los hombres y empresas del interior, muchas de ellas desconocidas pero no por eso menos sacrificadas y dignas de estímulo.

Quiénes se han referido al periodismo nacional en diferentes oportunidades y desde diversos ángulos se han limitado a los principales órganos de prensa. Por esto todos, en uno u otro sentido, llegaron a conclusiones optimistas respecto a la calidad y el prestigio de la prensa chilena. Pero el periodismo nuestro comprende algo más que los importantes rotativos metropolitanos, enveñados con orgullo como muestra del progreso alcanzado.

¿Qué contrasentido más evidente que "El Mercurio" de Santiago tenga un tiraje dominical superior a los 175.000 ejemplares, con cuatro ejemplares que totalizan más de

60 páginas, incluyendo un suplemento en colores, cuando hay localidades y regiones del interior donde no se editan periódicos y el índice de lectura es inferior a 0.1 ejemplar de diario por cada 100 habitantes?

Sin embargo, analizando en detalle los factores que lo determinan, en las páginas siguientes encontramos la explicación para tan extraño fenómeno como para muchos otros hechos curiosos y sin duda desconocidos para quienes no han profundizado esta materia.

P R I M E R A

P A R T E

PARALELO ENTRE LA PRENSA

DE SANTIAGO Y PROVINCIAS

- o El 70% de los ejemplares de diarios chilenos se imprimen en Santiago.

- o Los nueve diarios más antiguos de Chile están en provincias.

- o Más de veinte diarios surgieron y desaparecieron en Santiago en los últimos 40 años.

Las prensas de las empresas periodísticas chilenas lanzan a la circulación 500.000 ejemplares de diarios cada día. Los nueve órganos metropolitanos totalizan un tiraje de 350.000 ejemplares, de los cuales 250.000 se leen en Santiago y 100.000 se despachan al interior. Los 38 diarios de provincia tienen una circulación total de 150.000 ejemplares.

Un 40% de los diarios que se leen en provincia son impresos en Santiago; en especial, los matutinos.

Las cifras anteriores plantean la primera y fundamental diferencia entre los diarios de la capital y del interior: el tiraje.

Hacer un paralelo o una comparación entre los diarios metropolitanos y los órganos del interior es difícil; mayor aun tratando de agruparlos o clasificarlos. Las diferencias son ostensibles desde cualquier punto de vista.

CLASIFICACION

Juego de analizar diversos factores y criterios para clasificar a los diarios, optamos por dividirlos en las cuatro categorías siguientes:

1. Diarios nacionales, que circulan en todo el país;
2. Diarios regionales, que circulan en una zona;
3. Diarios provinciales, que circulan en la provincia donde se editan; y
4. Diarios locales, que circulan en la ciudad donde se editan.

Hay excepciones, pero en general todos los factores analizados coinciden con esta clasificación.

La prensa de Santiago corresponde a las dos primeras categorías mientras los diarios del interior se agrupan casi sin excepción en las dos últimas.

DIFERENCIAS

La concentración de población en la capital y zonas adyacentes, aparte de su venta en todo el país, per-

mite que los diarios de Santiago estén orientados hacia un público determinado. Así hay órganos que dan preferencia a las informaciones deportivas, policiales o bien son voceros de una ideología o partido político.

En otras ciudades, por el contrario, en general encontramos "el diario" que debe satisfacer por igual a toda la población, manteniendo un justo equilibrio entre los diversos tipos de informaciones.

Muchas veces se califica al periodismo del interior como anodino y falta de una línea o característica definida. En realidad es sólo una resultante del medio, que constituye un marco rígido del cual es difícil liberarse cuando el respaldo económico es insuficiente. Por esta razón gran parte de los diarios de provincia no reflejan a simple vista su orientación política y muchos tienen una línea de defensa de los intereses regionales —de acuerdo con todos sus lectores— antes que sustentar un ideal político determinado. Tanto "El Diario Ilustrado" como "Clarín" constituirían un fracaso periodístico si se editaran en una ciudad del interior.

Sin embargo, este carácter más indefinido constituye un factor favorable para los voceros de provincia. A este espíritu apacible y tradicional obedece que los nueve diarios más antiguos del país están en ciudades de provincia y no en Santiago.

En oposición, los diarios de Santiago son en su mayoría de reciente fundación y su carácter definido y muchas veces combativo determina que algunos tengan breve existencia. "El Siglo" (1940), "Las Noticias de Última Hora" (1944), "La Tercera de la Hora" (1950), y "Clarín" (1954) confirman lo primero.

Al mismo tiempo, son mayores los intentos realizados para defender determinada doctrina o satisfacer un anhelo. No menos de veinte diarios nacieron y desaparecieron en Santiago en los últimos 40 años; entre otros: "Los Tiempos" (1923/31 y 1953/55), "El Imparcial" (1926/52), "Crónica" (1931/32), "La Opinión" (1932/51), "El Trabajo" (1933/41), "La Hora" (1935/51), "Las Noticias Gráficas" (1944/53), "El Mundo" (1947), "La Época" (1951), "El Debate" (1950/59),

"Prensa Libre" (1952/53), "EL Bepetador" (1953), "P.M" (1955), "La Gaceta" (1957/59), "La Libertad" (1958/60), "El Chilenc" (1959).

La influencia de los diarios de Santiago y del interior es muy diversa, como consecuencia de varios factores que se conjugan. La prensa metropolitana, en especial los matutinos, tienen una circulación "nacional". Esto trae como resultado más publicidad y mayor número de páginas, que a su vez significan mayor volumen de informaciones. Mejores elementos técnicos determinan mejor presentación.

En este sentido, la prensa metropolitana está en un nivel medio muy superior a las demás publicaciones diarias del país.

CARACTERISTICAS DE LOS

DIARIOS DE PROVINCIAS

- o La distorsión informativa.

- o El problema de "llenar" los diarios.

- o Recursos: emplear "tijera"; "piratear"

- o La hegemonía de la prensa metropolitana es reciente.

De los 38 diarios que se editan en el interior, una veintena no tiene otro mérito que su aparición diaria. Sin embargo, como este trabajo más que de crítica está orientado a establecer las causas de este subdesarrollo, al enfocarse la prensa de provincia incluimos a todas las publicaciones.

Pese a su diversidad, tienen características comunes.

LA DISTORSION INFORMATIVA

La principal es, a nuestro entender, la distorsión informativa. Un principio básico del periodismo moderno señala la importancia del factor PROXIMIDAD en la valorización de la noticia. Los norteamericanos, maestros en la materia, lo sintetizaron en la fórmula:

CITY - NATION - WORLD = Ciudad - Nación - Mundo

Es decir, las noticias más importantes para un periódico son aquellas que ocurren en la ciudad en que se edita; en segundo término los acontecimientos ocurridos en el país; y por último, las informaciones extranjeras.

En Chile esta fórmula se distorsiona por igual en Santiago y provincias. Generalizando, haremos la siguiente valorización:

SANTIAGO	Nación:	50%	Mundo:	40%	Ciudad:	10%
PROVINCIAS	"	40%	"	30%	"	30%
IDEAL	Ciudad:	50%	Nación:	30%	Mundo:	20%

Antes de proseguir consideramos importante detallar las informaciones agrupadas bajo el término "Nación". En un análisis rápido las resumimos en:

Gobierno (70%), Política (10%), Deporte (15%) y Varios (5%).

Es decir, casi las tres cuartas partes comprenden noticias de Gobierno. Esta evidente desproporción obedece a nuestro régimen unitario, con un Gobierno central establecido en la capital; a esto se agrega el creciente centralismo que se refleja en el traslado de importantes núcleos de diversas ramas de la actividad nacional que dejan las ciudades del interior para radicarse en Santiago.

En cuanto a la alta proporción de informaciones del exterior (cables), las causas pueden ser dos: 1) el alto costo del servicio induce a las empresas a aprovechar al máximo el volumen informativo que reciben; ó 2) la falta de informaciones locales o la comodidad de los periodistas determina el predominio de un material de alto costo en dinero pero que no requiere elaboración para ser publicado. Consideramos la primera causa para los diarios metropolitanos y la segunda para los órganos de provincia. Además, en provincias, las informaciones nacionales provienen en su casi totalidad de Santiago y tampoco requieren elaboración; muchos diarios las consideran cables.

La poca importancia que los diarios de Santiago dan a las informaciones locales puede justificarse considerando la circulación nacional o regional que ellos tienen. En cambio, en los diarios del interior, no tiene otra explicación que la falta de capacidad de los periodistas, su escaso sentido noticioso, o la actividad rutinaria derivada de la falta de estímulo y competencia.

Si en proporción los diarios de Santiago y del interior dan similar importancia a informaciones de "Nación" y "Mundo", el lector de provincia prefiere los primeros. Las informaciones de "Nación" son más amplias y reporteadas en el mismo lugar de los hechos. Las de "Mundo" son más completas debido al mayor volumen de cables de que pueden disponer, gracias a un adecuado respaldo económico, a lo cual debe agregarse la recepción directa desde las oficinas matrices de las agencias internacionales. Los órganos del interior reciben el material desde Santiago, ya seleccionado, y con bastante atraso.

La única defensa de los diarios de provincia frente a estos competidores foráneos es dar mayor importancia a las informaciones de "Ciudad". Es frente al suceso local donde tienen y tendrán siempre clara ventaja ¿Porqué no explotarla?

ALGUNOS ABSURDOS

El desequilibrio tiende a acentuarse. ¿Obedece a preferencia del público o es un fenómeno provocado por los

diarios y agencias informativas?

Los ejemplos abundan. "El Mercurio" de Santiago, del domingo 2 de abril, sección deportes, publicó una información de 5 líneas referente al partido de fútbol disputado en San Bernardo, entre San Bernardo Central y San Luis de Quillota, por la Copa Chile. En otra página, una información de siete líneas fechada en Seoul y con la sigla AP, señalaba el triunfo del conjunto brasileño "Madureira" sobre un combinado de fútbol coreano.

¿Razones? La noticia de Corea no había que "trabajarla"; en cambio, informar sobre un hecho ocurrido a las puertas de Santiago significaba enviar un reportero o utilizar un corresponsal; es decir, incurrir en una molestia y un gasto.

Dentro de la relativa importancia de ambos encuentros interesaba más el cotejo local. "El Mercurio" se lee con mayor frecuencia en San Bernardo que en Seoul. Es más probable que lea el diario un "hincha" de San Luis o San Bernardo Central que un partidario del combinado coreano. Es más factible que un lector conozca a un jugador o vea un encuentro del San Luis, que a un astro brasileño de "Madureira".

Vamos que, por sobre cualquier otro factor, en el ejemplo dado prima la PROXIMIDAD; sin embargo...

Este fenómeno también se observa en provincias; incluso con las informaciones nacionales y muchas veces debido a un tan injustificado como censurable centralismo.

En febrero pasado, por ejemplo, el Ministerio del Interior dió la primera noticia de la fuga de un grupo de conscriptos de la Compañía Disciplinaria de la Armada Argentina en Ushuaia, hacia territorio nacional en Tierra del Fuego. Después dieron noticias la Intendencia de Magallanes y la Comandancia en Jefe de la III Zona Naval, ambas situadas en Punta Arenas, mucho más cerca de la zona de los hechos.

Es frecuente que informaciones navales, como la posición de las naves de la Armada, sean dadas a conocer a la prensa en la sección Relaciones Públicas de la Comandancia en Jefe (Ministerio de Defensa) antes que en Valparaíso, Talcahuano o cualquier otra base.

DEBILIDAD DE LA CRÓNICA

Los factores anotados contribuyen a debilitar la información local o de crónica. Son escasos los diarios del interior que, en proporción a la ciudad o provincia donde son editados, tienen buena crónica.

La carencia de noticias la estimamos más aparente que real. Se explotan fuentes tradicionales y son muy débiles las noticias de actividades o grupos dominantes; por ejemplo en Valparaíso: actividades marítimas, portuarias, comerciales; en Punta Arenas: informaciones ganaderas, marítimas, prospección y explotación petrolera.

Predomina el "periodismo de buzón" sobre el reportero, contribuyendo a dar una falsa imagen sobre la actividad de una ciudad o una provincia, en especial para el visitante.

Esto se extiende a la información gráfica. Es más fácil encontrar un cliché de Isabel II o el Papa Juan XXIII, antes que de una autoridad o sucesero local.

Algo similar ocurre con los nombres. Los norteamericanos no se cansan de enunciar la regla más fundamental del éxito periodístico: Nouns, nouns, nouns...

Es obvio que mientras los nombres sean más cercanos, tendrán más atractivo para el lector. Sin haber realizado el cálculo, consideramos que la generalidad de los diarios chilenos publican más nombres en la sección cables que en crónica. El nombre de Yuri Gagarin pasará a la posteridad como el primer hombre que viajó al espacio, pero no hay duda que el día que cumplió su hazaña, un lector medio tuvo mayor agrado en leer su propio nombre, el de un familiar o un amigo, en la relación de una intrascendente reunión social, que en conocer detalles de la hazaña del astronauta ruso.

EL ESPACIO

La falta de espacio, a pesar de la elasticidad del formato es característica del periodismo metropolitano. A la hora del cierre de la edición siempre hay columnas de material sobrante y es preciso "cortar" algunas informaciones y dejar otras sin publicar.

En los diarios del interior suele ocurrir el fenómeno contrario. El formato es rígido en cuanto al número de páginas y el problema es despachar suficientes originales para que llegado el momento de cerrar la edición no falte material.

Ante la carencia de material informativo es frecuente recurrir a "la tijera" o a "piratear" informaciones de otras publicaciones. Esto constituye el material de relleno, que en algunos diarios alcanza proporciones desmedidas. Las noticias proporcionadas por los servicios informativos de embajadas o representaciones diplomáticas, por ejemplo, tienen increíble aceptación en publicaciones del interior, sin meditar en su importancia o interés.

CARACTER GENERAL

La prensa de provincia está más próxima al habitante medio; está menos "aristocratizada" que los diarios metropolitanos. Es mucho más factible que en el deporte, la vida social, la política, el gobierno, y en general, en todo orden de actividades, aparezca mencionada la participación del ciudadano común antes que en los diarios de la capital. Estos últimos dedican la mayor parte de sus informaciones nacionales a las actividades de las altas esferas; por ejemplo, secretarios de Estado, parlamentarios, futbolistas profesionales.

Excepción a esta característica es la información policial, por sus elementos propios.

Los directores o jefes de informaciones desconocen, en muchos casos, la composición social del grupo en que actúan; conservan el antiguo criterio que primaba en el siglo XIX, cuando los diarios se concebían u orientaban para una elite.

En 1872, por ejemplo, se editaban en Santiago "El Ferrucarril", "El Independiente" y "La República". Al respecto Fañor Velasco escribió que "estos tres diarios juntos no alcanzan a hacer una edición de nueve mil ejemplares, y de estos nueve mil ejemplares no alcanzan a consumirse cinco mil en la capital de la República". Cabe señalar que la población de la provincia de Santiago era superior a 350.000 almas.

En 1845, a los catorce meses de aparecer, dejaba de editarse el diario liberal "El Siglo". No tenía subvención oficial y su tiraje, según Barros Arana, era de "poco más de 100 ejemplares". Más de 210.000 personas vivían en la provincia.

El sentido imitativo, que prima sobre cualquier carácter propio que pueda darle una fisonomía especial, es también factor negativo. En general, todos los diarios siguen o adoptan las características de la prensa metropolitana. Es común que consideren fuentes informativas similares, haciendo un paralelo, La Moneda y La Intendencia de la provincia; el Congreso y el municipio local; el Ministerio de Educación y la Inspección Provincial de Educación. La categoría y el volumen noticioso que emana de estas fuentes, como es lógico, no pueden compararse.

También se tiende a falsear la realidad presentando informaciones superiores al intelecto y cultura del lector medio, y que sólo aprovecha una minoría.

Es pretencioso matricular a un analfabeto en la universidad, antes que enseñarle las primeras letras en la escuela primaria.

EVOLUCION HISTORICA

Esta notable diferencia entre la prensa de Santiago y provincias no existió siempre. En los casi 150 años del periodismo nacional, esta característica comenzó a observarse a comienzos de este siglo.

Desde la aparición de "La Aurora de Chile" en 1812, en la capital se imprimieron diversos periódicos; la mayor parte de breve y lánguida existencia. El carácter esencialmente político de todas las publicaciones conspiró contra su estabilidad.

Sólo en 1842 se fundó el primer diario metropolitano: "El Progreso". Pero fue "El Ferrocarril", fundado por Juan Pablo Urrutia en diciembre de 1855, el órgano que prestigió al periodismo de Santiago. Según el historiador Fucina, "al finalizar la administración de Montt (1861), "El Ferrocarril", era, tal vez el segundo o el tercero en

categoría entre los diarios de la América española"... y "durante casi 40 años iba a conservar el cetro del periodismo chileno y el máximo ascendiente sobre la opinión."

Pero la cuna del diarismo chileno estuvo en Valparaíso, centro comercial donde los periódicos y diarios tuvieron como característica el concretarse casi por entero a proporcionar informaciones locales, en especial aquellas relacionadas con el movimiento marítimo y comercial de la plaza.

"El Mercurio" de Valparaíso, periódico fundado el 12 de setiembre de 1827, se transformó en diario desde mayo de 1929. La prensa porteña mantuvo su hegemonía hasta fines de siglo, cuando cedió terreno ante los diarios metropolitanos. Incluso, "El Mercurio" disputó por muchos años el favor de los lectores de Santiago frente a los diarios locales. Cuando Agustín Edwards Mac Clure comprendió la imposibilidad material de competir con los diarios de Santiago, con un vocero editado en otra ciudad, decidió fundar "El Mercurio" de Santiago.

Quizás si la fecha de fundación de este último, 1º de junio de 1900, sea la más oportuna para marcar el comienzo de la hegemonía total del diarismo metropolitano que subsiste en el presente con caracteres a nuestro juicio cada día más acentuados.

EL MEDIO AMBIENTE

Y EL PERIODISTA

- c) La especialización frente al trabajo "rolante".

- c) El "entrenamiento" y la "posición social".

- c) No se ha descubierto la fórmula permanente para la producción de un buen diario.

- c) Hay "fórmulas" incluso para cocine-
ras.

A pesar que la diferencia entre los periodistas de Santiago y provincias no es tan evidente como en los diarios, unos y otros tienen características propias.

Más que nada corresponden al medio ambiente. Por empezar, la formación es distinta. Exceptuando aquellos periodistas formados en escuelas universitarias, todos se han formado en la práctica escalando paso a paso los cargos de un órgano periodístico hasta llegar, si es uno de los elegidos, a la dirección.

Todos los diarios tienen una estructura y un funcionamiento similar, con "El Mercurio" de Santiago o "Las Noticias" de Los Angeles. El proceso es idéntico; varía solo la extensión.

Por esto, lo que diferencia a un periodista de Santiago y de provincia es el medio ambiente, que ejerce indudable influencia. Al hablar de periodistas, nos referimos al reportero, al individuo que está en contacto directo con la noticia.

El centralismo es causa de la mayor parte de las diferencias ambientales entre la metrópoli y las urbes secundarias. En Santiago la profesión adquirió tal grado de complejidad que condujo a la especialización. Los "frentes" o "sectores" de información están vinculados en su mayoría a la labor gubernativa. La Presidencia de la República, los distintos Ministerios, el Parlamento, atraen la atención de buen número de periodistas especializados como los reporteros de "Noticia" (Presidencia, Ministerios de Interior y Relaciones Exteriores), reporteros del "Sector Económico" (Ministerios de Hacienda, Economía, Minería, Banco Central, Corporación de Fomento, etc), reporteros políticos (Parlamento, Partidos Políticos, Registro Electoral).

En provincias, en cambio, casi todos los reporteros son "volantes"; es decir, no cubren un sector determinado sino que acuden donde es necesario.

La especialización de los primeros lleva a la perfección informativa, pero al mismo tiempo el trabajo se convierte en rutinario y conduce a la unilateralidad. Con se-

guridad un reportero especializado en deportes hará un buen comentario de un encuentro de fútbol, pero será incapaz de reportear una noticia relacionada con la reducción de un depósito de importación.

Los periodistas de provincia actúan en cualquier frente, pero esta labor conduce a la superficialidad. Por ejemplo, un reportero debe hacer la versión de una sesión municipal, relatar un accidente del tránsito, escribir un párrafo de vida social o entrevistar a un embajador. Es probable que esto último ocurra de improviso y el periodista sin preparación previa desperdiciará la oportunidad de obtener un buen reportaje al limitarse a sostener un diálogo intrascendente que dejará insatisfecho a los lectores y producirá mala impresión en el diplomático.

La práctica profesional es básica para la formación periodística. Es indudable que las oportunidades de los profesionales metropolitanos son muy superiores a las de sus colegas provincianos. Se precisan mayores condiciones y hay un "entrenamiento" más intenso en Santiago. Contactos más valiosos, viajes y giras, terminan por dar una visión más amplia.

Pero los periodistas del interior también tienen ventajas. Exprimamos que los diarios de provincias son menos "aristocráticos", pero en cambio, si fijamos una escala o jerarquía social, por ejemplo Luis Alfaro, Director de "El Correo de Valdivia" tiene mayor influencia en su medio que Rafael Maluenda en Santiago, como Director de "El Mercurio". Es posible que todos los valdivianos sepan quien es el director del diario local, pero no todos los santiaguinos saben quien dirige "El Mercurio".

La visión provinciana y la apacible existencia de las ciudades del interior conducen a la rutina tradicional, que adquiere los caracteres de una institución inamovible. El periodismo provinciano está sumido en un ya demasiado largo sueño invernal.

Para complementar este somero enfoque, nos parece interesante reproducir algunos conceptos de la obra "Los periodistas hablan":

El editor Arthur Brisbane escribió que "A veces, el trabajo en un pequeño diario local es mejor para iniciarse que en un gran diario metropolitano. El reportero del diario chico hace toda clase de trabajo y entra en contacto con gente que llega a conocerlo".

"El reportero del diario grande tiende a concentrarse en alguna tarea especializada que varía poco de día en día."

Más adelante expresa que "Los propietarios no pueden estar en todo; los empleados a sueldo —especialmente cuando sus contratos les permiten la indolencia y los protegen— a veces piensan más en un abrigo para el invierno que en una nueva idea para el diario."

"Además, es un gran inconveniente que tengamos gente que llegue a vieja y permanezca en la conducción. Con los años, el cerebro se petrifica como el cemento. Se debe permitir el acceso de gente joven y no tolerar que la gente vieja deje de hacer cosas nuevas."

Aun muchos directores de diarios de provincia se proclaman rectores de la opinión pública, afirmación que no deja de ser una falacia. Al respecto el mismo Brisbane expresa que "La función del director periodístico no radica en decir a la gente qué debe pensar, sino más bien proporcionar la información que le sirva de base para pensar bien."

El editor Roy W. Howard plantea con exactitud el principio vital que anima a la prensa, muy distinto de nuestra concepción provinciana. Dice:

"Es indudable que todavía no se ha descubierto la fórmula permanente para la producción de un buen diario, pues lo único que hay de constante en la continuidad de su producción próspera son los cambios. Día tras día se debe examinar y reexaminar los métodos, fines y resultados, para mantenerlos a tono con las modalidades y demandas en rápido cambio de nuestros tiempos. La norma de la circulación es el castigo inevitable del director que se conforma con lo que fué la fórmula del éxito en otros tiempos."

Algunos pensarán que lo reproducido puede es-

tar bien en Estados Unidos, pero no se ajusta a nuestro país. No ocurre así; la explicación está en que la mayor parte de los periodistas parecen haberse "fossilizado", como los define Arthur Brisbane.

Para encontrar respaldo a nuestra aseveración debemos mirar hacia atrás. En los primeros años del siglo encontramos a Enrique Delpiano, editor de "El Chileno" de Santiago, que encontró "la fórmula" para elevar la circulación de 6.000 a 40.000 ejemplares en días hábiles y a 70.000 los festivos. En su época fué el diario más leído de Chile y su tiraje sobrepasaba el de todos los diarios metropolitanos en conjunto.

Su carácter popular le significó el sobrenombre despectivo de "diario de las cocineras"; sea como sea, no hay duda que don Enrique halló una fórmula apropiada para cocineras.

FACTORES QUE INCIDEN

EN LA CIRCULACION

DE LA PRENSA

- o La densidad demográfica por provincia varia de 103 en Valparaíso a 0.4 en Magallanes.
- o La población urbana alcanza al 89% en Antofagasta y sólo a un 18% en Chiloé/
- o En el campo hay el doble de analfabetos que en las ciudades.
- o Los diarios cuestan, aproximadamente, igual en Estados Unidos y en Chile siendo el ingreso per cápita muy distinto.
- o La extrema juventud caracteriza a la población chilena.
- o Santiago tiene el índice de lectura más alto del país.

Varios factores socio-económicos inciden en la circulación de la prensa que, según la Unesco, en América Latina es el principal medio de transmisión de noticias e informaciones.

A continuación damos un cuadro comparativo de estos factores en Estados Unidos, Chile y Santiago, para luego analizarlos en detalle.

	USA	CHILE	SANTIAGO
<u>Diarios:</u>			
a) número	1.755 (1)	47	9
b) tiraje total	58.299.723	500.000	350.000 (2)
c) sjs. x 100 hab.	34,4	6,8	9,7
<u>Población:</u>			
a) total	179.300.000	7.339.546	2.429.539 (3)
b) densidad por km ²	20	8	100,73
c) % urbano	64	60,2	87
d) % analfabetismo	2 a 3	19,9	15,5
e) ingreso medio US\$	2.400	316	
f) % menor 15 años	25	37,1	31,6
g) % mayor 60 años	10,5	5,9	4 (+ de 65)
h) % pobl. activa	64	36	36,9
i) % dedic. agricultura	11,6	33,7	10,2

(1)

No se consideran 545 periódicos dominicales ni 95 diarios en idioma extranjero.

(2)

El cálculo de ejemplares por cada 100 habitantes se hizo sobre 250.000, considerando que 100.000 diarios se envían al interior.

(3)

La población de Estados Unidos corresponde a una información entregada en marzo por el Departamento de Comercio. La población de Chile, a las cifras previas del Censo de 1960, entregadas por el Servicio Nacional de Estadística.

Las otras cifras de población (letras b y siguientes) de Estados Unidos y Chile corresponden a años anteriores. En el caso de Chile, por ejemplo, para no falsear las relaciones o porcentajes, nos basamos en datos del Censo General del año 1952.

DENSIDAD

Es obvio que a una mayor concentración de habitantes por kilómetro cuadrado, será más fácil difundir la prensa; esto se reflejará en el tiraje. Las cifras de densidad y número de ejemplares por cada 100 habitantes, de Chile y Santiago, son decidoras.

POBLACION URBANA

La mayor concentración de habitantes se encuentra en pueblos y ciudades; en consecuencia a mayor porcentaje de población urbana mayor circulación de los diarios.

La circulación de los periódicos en el medio rural es difícil por la carencia de adecuados medios de movilización; además, resulta antieconómica. El gasto de transporte por ejemplar hasta un sector rural resulta tan alto que es preferible limitar la venta a las zonas urbanas. Existe una relación inversa entre el flete y el número de ejemplares, en cualquier medio de transporte, tratándose de cantidades pequeñas.

ALFABETISMO

El grado de alfabetización de la población es un factor de importancia para incrementar la circulación de la prensa.

Antes de analizarlo, expondremos algunos conceptos y datos tomados de la obra "Educación elemental, alfabetismo y desarrollo económico" de que es autor el profesor universitario Eduardo Hamuy.

En el país los analfabetos alcanzaban al 19.8 de la población conforme al Censo de 1952; un 13.4 estaba en el campo y el 6.4% en la parte urbana.

Si Chile hubiera mantenido el ritmo de progreso educacional del decenio 1920/30, habría demorado menos de 10 años en eliminar completamente el analfabetismo; pero con la tasa anual de disminución del período 1940/52 (0.62% anual), eliminaríamos los analfabetos en 32 años.

"Si al 20% de analfabetos -expresa Hamuy- se le agrega otro tanto de semianalfabetos, tendríamos que el

40% de la población actual de Chile constituye un formidable obstáculo para el desarrollo económico del país."

"El analfabetismo es una parte -la más aguda y, por lo tanto, la más notoria- de un problema más general que es el del bajo nivel de instrucción de nuestro pueblo."

"En Chile, 52 de cada 100 niños completan sus estudios primarios y 68 abandonan prematuramente la escuela."

Analizando los conceptos expuestos, tenemos que en la actualidad y en los años futuros el analfabetismo y el bajo nivel de instrucción constituiría un factor negativo de importancia para la mayor difusión de la prensa; en especial, en los sectores rurales.

El tiraje total de los diarios chilenos, como el consumo de papel para periódicos no ha variado en los últimos años. Este estagnamiento puede obedecer, en buena medida, al analfabetismo. De los diversos medios de información, la prensa escrita es la que sufre el impacto más serio derivado de este problema social.

El bajo nivel de instrucción de un importante sector de la población puede acentuar un retroceso en la calidad de la prensa. Los empresarios, guiados por un afán desmedido de lucro, pueden optar por satisfacer los sentimientos primitivos de la masa, interesados en aumentar la circulación de sus periódicos y su influencia en el medio.

INGRESO MEDIO

Está probado que el ingreso o el poder adquisitivo es un elemento sobresaliente que influye en la demanda de medios de información.

A este respecto, como primer punto de comparación tenemos que el ingreso medio del norteamericano es de 2.400 dólares anuales mientras que el chileno medio, en igual período, sólo percibe 310 dólares.

En comparación, el valor de los diarios es casi idéntico. US \$ 0.05 los periódicos norteamericanos y B\$ 0.05 los diarios chilenos. La relación expresa la de el valor de una suscripción anual; mientras en Estados Unidos para suscribirse a un periódico el habitante medio invierte me-

nos del 1% de su ingreso anual, el chileno medio debe gastar más del 6%.

Esta última cifra es bastante alta y explica la baja circulación de la prensa nacional, en especial en el interior, donde salvo excepciones reside la población de menor ingreso per cápita.

COMPOSICION DE LA POBLACION

Los porcentajes dados a conocer en el cuadro señalan que la juventud es una característica de la población chilena. Esta condición no es exclusiva de nuestro país sino es común a todas las naciones subdesarrolladas, que tienen una población joven.

Es fácil comprender que la población menor de edad no figura entre los lectores habituales de periódicos. En nuestro caso particular, un tercio del total de habitantes.

POBLACION ACTIVA

La población activa tiene gran significado en la circulación de la prensa. Es probable que la mayoría de la población económicamente inactiva no adquiera diarios.

Este bajo porcentaje, comparado con el de Norteamérica, se explica -como dice el economista Jorge Ahumada- "no porque los demás sean flojos, sino porque más de 40% son menores de edad y el resto son mujeres que se encargan de las tareas del hogar".

POBLACION DEDICADA A LA AGRICULTURA

En nuestro país la tercera parte de la población activa está dedicada a labores agrícolas. Quienes trabajan en esta rama de la actividad económica tienen la remuneración más baja.

Diversos trabajos lo comprueban. El economista Helio Varela, en un estudio sobre la estratificación social de la población trabajadora de Chile, determinó las siguientes cifras:

En 1954 el salario medio de todas las actividades era de \$ 17.054 y el sueldo medio de \$ 80.139, valores

expresados en pesos de 1950. La agricultura figuró con los valores más bajos; un salario de \$ 8.527 y un sueldo de \$ 37.957.

Jorge Ahumada, con cálculos basados en las cifras del Ingreso Nacional de 1952, estudió el ingreso y productividad de todas las actividades, incluyendo bienes y servicios. Dando un coeficiente de 100 a la productividad más alta por persona ocupada, en el campo de las actividades conocidas como "Finanzas y Seguros", el promedio de todas las actividades equivalió a 41. La agricultura, con el coeficiente más bajo solo alcanzó a 16.

Considerando que la población dedicada a la agricultura habita en su totalidad en los sectores rurales, en especial en la zona central y sur, encontramos otro factor negativo para la difusión de los diarios entre los pobladores rurales de ese importante sector del territorio nacional.

CONSIDERACIONES GENERALES

Aplicando estos factores a Santiago y las demás provincias en conjunto, podemos concluir que todos favorecen a la capital y, en este caso específico, a su prensa.

De las provincias, si alguna tiene uno o dos factores favorables, los otros índices son negativos. Esto contribuye al predominio de la prensa metropolitana sobre los diarios del interior.

He aquí el detalle. Con los 250.000 ejemplares que se venden en la provincia, Santiago tiene el índice de lectura más alto del país con 9,7 ejemplares por cada 100 habitantes. Tiene la segunda densidad demográfica del país, después de Valparaíso; es la segunda provincia por su porcentaje de población urbana, precedida por Antofagasta. En cuanto al alfabetismo, ocupa el quinto lugar muy cerca de Magallanes, Antofagasta, Valparaíso y Tarapacá; su alfabetismo rural es mayor del 50%, en circunstancias que el promedio del país fluctúa alrededor del 30%.

Su población activa supera el promedio nacional; en cuanto al ingreso medio per cápita no hay cifras exactas, pero se estima superior a la cifra nacional. Un

factor importante es la poca población activa que en proporción está empleada en la agricultura (10.2%), sector que tiene el menor ingreso entre todas las actividades productoras de bienes y servicios.

Además, en la distribución de ejemplares a las demás provincias, las empresas periodísticas de Santiago sólo explotan el mercado urbano donde tienen una aceptación creciente.

Veamos ahora el reverso de la medalla. La mayor parte de las publicaciones del interior tienen los factores analizados en contra. La densidad promedio es de 8 habitantes por kilómetro cuadrado pero, por ejemplo, en las zonas norte y austral disminuye a valores ínfimos que fluctúan alrededor de 1 habitante por km².

En 18 provincias hay marcado predominio de la población rural sobre la población urbana. Chiloé tiene la cifra más alta, con un 62% de habitantes en el campo.

El alfabetismo, por sus tasas provinciales, indica que en 13 de las 25 provincias el número de ~~de~~letrados supera el 30%; el fenómeno es más marcado en las provincias agrícolas de las zonas central y sur.

En cuanto al ingreso per cápita, los índices más bajos se observan en las provincias agrícolas y con abierto predominio de esta actividad sobre otras ramas económicas. Jorge Ahumada, en "En Voz de la miseria", señala que las zonas de Malleco-Autón y Chiloé-Aisén se cuentan entre las de más bajo ingreso per cápita del mundo. Entre estas últimas se cuentan Libia, con un ingreso real por habitante de 25 dólares; India con 63 y otras con índices parecidos.

El periodismo nacional está en una etapa primaria; en especial, por los factores analizados al tratar la circulación. Si estos no experimentan un cambio favorable -situación por ahora improbable- la prensa continuará estagnada en los años futuros.

El problema que enfrenta el periodismo chileno es de carácter económico. Si eliminamos toda consideración intelectual, como la expresión que califica a la prensa como un "alimento espiritual", y analizándola en términos económicos, debemos convenir en que los diarios son un artículo suntuario sujeto a una oferta y una demanda elástica (variable).

Es sensible que hasta la fecha ningún autor haya encarado nuestro periodismo con criterio económico. Son innumerables los valiosos aportes hechos en distintas épocas para dar a conocer aspectos históricos, literarios, sociales o políticos del periodismo nacional, pero es notoria la falta de una adecuada profundización en lo económico.

Es inaceptable la primacía de un criterio retrospectivo para juzgar los hechos, sin cambiar la perspectiva histórica y realizar un análisis profundo de la realidad actual y las posibilidades futuras.

En esta época de actividad nerviosa y agitada, de análisis cuidadoso y metódico, de predicciones y estudios para el futuro, se observa con frecuencia un criterio o una política de planeamiento en todo orden de actividades.

¿Porqué no hacer lo mismo respecto al periodismo? Observar más allá de lo que constituye la esencia misma del periodismo: captar la noticia al instante y transmitir la a la sociedad. Sin perder de vista este objetivo, levantar la mirada y fijarla en el lejano horizonte para "ver" como será en el futuro el periodismo en el mundo, en nuestro país, en nuestras ciudades, en nuestros campos...

EL NIVEL OPTIMO

Desde el punto de vista del empresario, las empresas tienen un "tamaño óptimo" en el cual es mayor el producto o utilidad; esta dimensión se relaciona con las condi-

siones del mercado.

De las empresas periodísticas chilenas, sin disponer de los elementos de juicio necesarios para realizar un análisis exhaustivo, estimamos que la Empresa "El Mercurio" S.A.P. es la única que tiene un tamaño o dimensión óptima. Su finalidad es comercial; el lucro prima sobre cualquier otro objetivo pese a todo lo que se diga en contrario.

Próximas a este tamaño óptimo están las demás empresas periodísticas de Santiago y las principales empresas del interior. Las demás son antieconómicas. Es la gran división entre la prensa desarrollada y la prensa subdesarrollada.

Relacionando la dimensión de las empresas con las condiciones si se quiere adversas del mercado, concluimos que en muchos casos el objetivo que guía a los empresarios no es el lucro; menos aun, la prestación de un servicio de utilidad pública.

¿Qué los guía entonces? Agrupando las empresas bajo el punto de vista económico, en Chile podemos establecer tres grupos o categorías:

- a) comerciales ("El Mercurio" S.A.P.);
- b) ideológicas ("La Unión", de Valparaíso);
- c) satisfacción personal ("La Discusión", de Chillán; "El Rancagüino", de Rancagua).

A veces estos tipos se combinan, como en el caso de la Sociedad Periodística del Sur (SOPESUR), propietaria de cuatro diarios en el sur y uno en el norte, que combina sin dificultad dos objetivos: difusión de la doctrina liberal y la utilidad monetaria.

La ideología no es solo política o religiosa, sino que por extensión podríamos hablar de "ideología económica". Es el caso de La Sociedad Chilena de Publicaciones y Comercio S.A., editora de dos diarios y propietaria de tres radios en la provincia de Antofagasta, y que pertenece a la Compañía Salitrera Anglo Lautaro.

ALTA INVERSION

Las empresas periodísticas requieren una elevada inversión. A esto se añade un plazo largo hasta que se recupera el capital y comienzan a obtenerse utilidades.

Estos dos factores determinan el escaso interés del capitalista medio pues, como expresa Alberto Baltra en "Crecimiento económico de América Latina", "en nuestros países, por lo común el hombre de negocios busca la ganancia rápida y rehuye la inversión a largo plazo".

Como consecuencia, salvo excepciones, en el país y en especial en provincias, los órganos de prensa están en manos o son dirigidos por la clase o sector de mayor ingreso. Es decir, los capitalistas, en lenguaje económico, y la Iglesia Católica, los partidos Conservador y Liberal, en el plano ideológico.

Esta característica de "prensa dirigida" la analizaremos con mayor profundidad en otro capítulo.

FINANCIAMIENTO

El financiamiento de las empresas periodísticas, como en todo proceso económico, depende del equilibrio entre los costos (egresos) y las utilidades (ingresos). Los ingresos obedecen a dos rubros: publicidad y circulación.

Es interesante analizar la conjugación o los efectos separados de ambos rubros en el financiamiento de una empresa. En general, uno y otro dependen de la capacidad del mercado. Como expresa Anibal Pinto en "Cuestiones principales de la economía", "la capacidad del mercado está relacionada y depende no sólo del volumen de la población, sino que también del grado de progreso económico".

Por lo general los diarios del interior basan su utilidad en el margen que obtienen por la venta de ejemplares. Los costos, considerando un aumento de tiraje, son decrecientes; es decir, a mayor tiraje menor costo por ejemplar y mayor utilidad.

Es interesante, por oposición, conocer el financiamiento de "El Mercurio" de Santiago. Esta publicación tiene un costo creciente y aunque resulte absurdo, el ideal

de la empresa es limitar el tiraje.

El ingreso líquido por ejemplar vendido alcanza a E\$ 0.035, y sólo por concepto de papel la empresa desembolsa E\$ 0.042 por la misma unidad (cálculo sobre formato de 32 páginas).

Pero el problema no es sólo de "El Mercurio". Cálculos relativos a "El Magallanes" de Punta Arenas indican que el valor del papel es de E\$ 0.0105 por ejemplar, pero la suma de los otros costos determina que el costo de confección de un ejemplar, con el tiraje actual, sea mayor que el precio de venta (E\$ 0.05).

El margen de utilidad que da a las empresas medianas y pequeñas la publicación de un diario es pequeño y se corrobora comprobando que para la mayoría no es su única actividad. La generalidad de las empresas periodísticas de provincias publican un diario como labor marginal; en especial, aquellas calificadas como de satisfacción personal. El centro de la empresa es un taller de obras gráficas o remiendos; con esta actividad estable, pueden asegurar la continuidad de un periódico que a veces tiene visos de aventura.

En el pasado la situación era más delicada en razón del atraso en que se hallaba el país. En cambio el Gobierno subvencionaba a las publicaciones periódicas; esta práctica se abandonó no porque la ayuda fuera innecesaria sino por la forma injusta en que se otorgaba. Los mayores beneficios eran para las publicaciones adictas al régimen.

El hoy poderoso "El Mercurio" antaño subsistió gracias al aporte fiscal. Su antiguo propietario Santos Tornado y Montero afirma en "Reminiscencias de un viejo editor" que "su principal entrada (de "El Mercurio" de Valparaíso), lo que, puede decirse, lo sostenía, era la suscripción del Gobierno para distribuir a las oficinas, que tomaba doscientos ejemplares, al precio de medio real el ejemplar (seis centavos y cuarto)." Según Tornado la ayuda gubernativa llegó "cuando estábamos peor menos que ahogándonos".

Un juicio del historiador Barros Arana confirma lo dicho:

"Aunque las rentas públicas no alcanzaban a tres millones de pesos... el gobierno creía indispensable subvencionar periódicos, que creía útiles para difundir la cultura, ya que la suscripción de los particulares era muy reducida, y del todo insuficiente para costear esas publicaciones."

El monto de las subvenciones motivaba debates en las sesiones del Congreso, cuando se discutía la Ley de Presupuestos. A continuación transcribimos dos juicios contrarios que nos dan la pauta del concepto que había en aquel entonces acerca de la prensa:

En una sesión de la Cámara de Diputados, en 1842, el diputado Irarréabal manifestó "Que en la actualidad se publican diez o doce periódicos, muchos de suma utilidad e indispensables para el fomento de la ilustración"... y "uno de los mejores medios para mejorar nuestra condición social".

Por su parte el diputado Palazuelos, en la misma oportunidad expresó "que no creía jamás que la circulación de los periódicos que se publicaban en Chile fuesen de alguna utilidad a la clase que más se necesitaba civilizar; ... los periódicos en Chile a los ojos de todo hombre sensato no son más que una especie de lujo; ... es preciso formar primero su corazón y esto se conseguirá pagando cierto número de religiosos para que les predicasen atentamente el Evangelio..."

El presupuesto aprobado para 1843 alcanzó a \$ 2.835.022 con 5½ reales; las subvenciones alcanzaron a \$ 16.468, con cargo al Ministerio del Interior. Es decir, más del ½% del presupuesto total de la Nación.

En la actualidad el Presupuesto Fiscal sobrepasa los 600 millones de escudos; en comparación, la prensa recibiría más de tres millones de escudos.

Pero resulta más acertada hacer la comparación con otros desembolsos de la época. En 1845, por ejemplo, las suscripciones a periódicos comprendieron: "El Tiempo", \$ 1.700; "El Agricultor", \$ 276 4½; "El Progreso", \$ 3.770;

"El Araucano", \$ 2.272; "El Alfa", \$ 300; "El Mercurio" \$ 4.375; y "La Gaceta del Comercio", \$ 840.

En el mismo año, el Presidente Bulnes percibió un sueldo anual de \$ 12.000; Antonio Varas, Ministro de Justicia, \$ 4.500; Andrés Bello, rector de la Universidad de Chile, \$ 1500; Miguel de la Barra, Decano de Filosofía y Humanidades, \$ 1.000. San Martín, como Capitán General, percibió una asignación de \$ 2.712.

A pesar de los ingentes capitales que requiere el periodismo moderno, una empresa que recibiera como "suscripción" una suma equivalente al sueldo anual de un Ministro de Estado o de un Decano universitario, podría considerarse más que satisfecha.

OFERTA Y DEMANDA

La ley económica de la oferta y la demanda puede aplicarse también a las empresas periodísticas y a sus productos: los diarios.

Como señaláramos antes, la oferta y la demanda de los diarios son elásticas. Esto es favorable para la oferta (venta) pero desfavorable para la demanda (compra).

Un ejemplo aclara el concepto. La oferta (tiraje) es elástica puesto que puede adaptarse a la demanda; no ocurre lo mismo en el caso de un agricultor, por ejemplo, que siembra papas ignorando que condiciones ofrecerá el mercado en la época de la cosecha. A la inversa, la elasticidad de la demanda es por lo general negativa. Con un alza de precio de los diarios, la demanda disminuye en forma apreciable; en especial, en los primeros días que suceden al alza. No ocurre lo mismo si sube la leche, pues su demanda es rígida y el consumidor la seguirá adquiriendo al precio que sea.

Pero hay otra variante favorable aunque remota. Es posible que al aumentar el ingreso medio per cápita una persona destine parte de este ingreso extra a comprar un diario; en cambio es seguro que se agregará mayor cantidad de leche a su alimentación.

Los ejemplos fueron adaptados de un razonamiento hecho por el economista Anibal Pinto en una de sus

obras, al tratar el fenómeno de esta ley.

Dicho economista analiza en detalle un matiz acerca del cual los economistas discrepan. Mientras unos afirman que la oferta y la demanda determinan los precios, otros esgrimen la sentencia contraria: que son los precios los que mueven la oferta y la demanda.

Recordando que son dos factores -circulación y publicidad- los que financian un diario, conviene observar como responden ambos a las variaciones de la ley comentada. La circulación sufre en forma más directa los efectos de la demanda; en cuanto a publicidad, su efecto es indirecto y en parte a través de la circulación.

Es decir, a menor circulación menor publicidad y, a la inversa, a menor publicidad menor circulación. Esta afirmación que puede parecer perogrullesca explica el gran tiraje de "El Mercurio" de Santiago, diario que el lector medio compra más bien para satisfacer una inquietud o necesidad comercial antes que informativa.

Aplicando estos razonamientos a los diarios de Santiago y provincias, encontramos que la oferta de ambos es idéntica pero la diferencia está en la demanda. Este factor siempre favorecerá a los diarios metropolitanos.

EL PROGRESO TECNOLÓGICO

Son impresionantes las conclusiones que se obtienen luego de estudiar los avances tecnológicos aplicados al periodismo y la industria gráfica, en las últimas décadas. Si resulta halagador comprobar los adelantos logrados, por oposición estimo los incalculables los perjuicios que causarían a las regiones subdesarrolladas.

Para plantear la situación con claridad es oportuno fijar algunos conceptos básicos.

Los pueblos subdesarrollados -Chile entre ellos- están utilizando una tecnología que, como expresa Alberto Saltra, "no les es propia ni adecuada, porque corresponde a las necesidades y posibilidades de países que están en el otro extremo de la escala del desarrollo."

"Los países actualmente desarrollados -agrega

Baltra- hicieron uso de una tecnología que podemos llamar "original" o "propia" en el sentido que fué concebida y aplicada por ellos mismos de acuerdo con las necesidades y capacidades de sus economías."

En cambio "la tecnología de los pueblos subdesarrollados es, pues, una técnica "recibida" o "transferida".

Es el castigo, si así puede calificarse, que tienen los países poco desarrollados que no fabricaron los medios de producción que requieren su desarrollo.

Situando nuestro planteamiento en la industria periodística y gráfica en general, observamos que el adelanto de las últimas décadas es notable.

La composición tipográfica, en su esencia, no varió desde la época de Gutenberg (1450) hasta que Mergenthaler inventó la linotipia en 1876 y cuyo perfeccionamiento y fabricación en serie comenzó años más tarde.

En lo que a prensas se refiere, salvo detalles, hasta 1830 se utilizó la prensa de Gutenberg. En el siglo XIX ~~1830~~ se introdujo la prensa de hierro; plana, de cilindro y rotativa.

En el curso de este siglo surgió y se perfeccionó otro sistema de impresión denominado offset, diferente a la impresión tipográfica tradicional. Una variación es el sistema de huecograbado. Ambas exigen tiradas altas para justificar el alto costo inicial.

Los radio teletipos están desplazando en forma rápida al telégrafo, inventado en 1844, como medio de transmisión de informaciones.

Este acelerado avance es motivado por la imperiosa necesidad, en especial en Estados Unidos, de liberar mano de obra con un alto costo, para reemplazarla por máquinas y accesorios automáticos.

La situación de las naciones subdesarrolladas es precaria. Sin un suficiente respaldo económico se ven forzadas a adoptar una tecnología acorde con empresas de dimensiones muy superiores.

La disyuntiva para el futuro señala dos cami-

nos arduos: crear o adaptar la tecnología existente, o eliminar la mayor parte de las empresas.

Hay que adoptar una rápida determinación. En Estados Unidos, por ejemplo, ya no se fabrican tipos; en fecha reciente las fábricas dejaron de construir prensas para impresión tipográfica, dedicándose por entero a producir impresoras para el sistema offset.

¿ESTAGNAMIENTO O RETROCESO?

Es aventurado apreciar el desarrollo global de la prensa basado en los datos de tiraje proporcionados por las empresas periodísticas.

Mientras no exista un Instituto Verificador de Circulaciones, que puede ser realidad si prosperan los esfuerzos que realiza la Asociación Nacional de la Prensa, cualquier cálculo basado en estas fuentes tendrá un apreciable margen de error.

Pero en un enfoque total carece de importancia la fundación o desaparición de un diario, como el hecho de que algunos órganos metropolitanos se atribuyan en forma simultánea "la mayor circulación en el país".

La medida exacta sólo la proporciona el consumo de papel para periódicos y su comparación con otros años. El cuadro que insertamos en la página 40, basado en cifras del Servicio Nacional de Estadística, Compañía Manufacturera de Papeles y Cartones (CMPC), organismos de las Naciones Unidas (UNESCO, CEPAL, FAO) y del Ministerio de Economía, nos permite extraer muchas conclusiones de interés.

En primer lugar comprobamos que el año pasado Chile registró el menor índice de consumo de papel para periódicos por habitante. En 1960, cien habitantes sólo consumieron 3,20 kilos, cifra inferior a los doce años precedentes. Además, inferior al promedio de América del Sur (3,75) y muy distante de los países con mayor consumo que son Uruguay con 11,1 y Argentina con 8,5.

El consumo aparente está detenido y algunos años disminuye. Por ejemplo el promedio de los años 1949/51 era de 25.600 t/m en tanto que el año pasado se consumieron 23.000 t/m.

La razón de este fenómeno no está bien determinada. En los años anteriores a la puesta en marcha de la fábrica San Pedro, se consideraba que la insuficiente producción nacional, a la cual se agregaban problemas cambiarios para internar papel, era la causa principal del estagnamiento en el consumo. Pero esta razón perdió validez en 1957, cuando Chile se transformó de importador en exportador de papel para diarios; a pesar del creciente saldo exportable, el consumo interno en líneas generales no varió.

Incluso esta barrera desconocida sorprendió a los técnicos que realizaron predicciones acerca de la tendencia de la demanda, que resultaron erradas. En las páginas siguientes sintetizamos los principales cálculos realizados por expertos nacionales y extranjeros.

VATICINIOS FALLIDOS

En 1948, según la Unesco, Chile fué una de las naciones que hizo predicciones para su futuro consumo de papel para periódicos. Con la base de 22.000 toneladas métricas (consumo 1949) se calculó un consumo de 27.000 t/m en 1955 y 32.000 t/m en 1960.

Con el promedio de 1948/52, equivalente a 24.000 t/m, la FAO hizo una estimación de la demanda futura de acuerdo a dos hipótesis; la hipótesis a) "refleja una actitud deliberadamente pesimista respecto a los acontecimientos futuros", en tanto que la hipótesis b) "refleja una actitud más optimista... pero no representa en modo alguno, el desarrollo máximo que pudiera producirse".

Para 1960 las hipótesis a) y b) señalaban un consumo de 32.300 ó 37.500 t/m, respectivamente; para 1965, 37.900 ó 47.500 t/m.

La unidad de investigaciones de "The Economist" de Londres, a solicitud de la Unesco, hizo en 1954 una estimación basada en la tendencia demográfica, la tendencia en materia de alfabetismo, la tendencia de la producción nacional de papel para periódicos, y las fluctuaciones probables de los ingresos.

Los datos de "The Economist" indicaban un con-

CONSUMO DE PAPEL PARA PERIODICOS (toneladas métricas)

<u>Año</u>	<u>Producción</u>	<u>Importación</u>	<u>Exportación</u>	<u>Consumo aparente</u>	<u>kg. por 100 hab.</u>
1935		12.700			
1937		15.000			
1945		17.100 (1)			
1948	6.100	14.700		20.800	3,55
1949	8.000	14.000		22.000	3,69
1950	11.000	19.000		30.000	4,95
1951	12.400	12.600		25.000	4,04
1952	11.700	9.900		21.600	3,43
1953	9.400	13.200		22.600	3,52
1954	12.400	11.300		23.700	3,67
1955	11.500	14.200		25.700	3,60
1956	9.000	14.000		23.000	
1957	20.000		10.040 (2)	25.000	
1958	44.000		27.559 "	28.000	
1959	49.000		28.634 "	20.300	
1960	52.000 (3)		28.993 (4)	23.000	3,20
1961	60.000 (5)				

(1)

Las cifras de importación anteriores a 1948 fueron obtenidas en publicaciones del Servicio Nacional de Estadística.

(2)

Chile comenzó a exportar papel para periódicos en 1958; estas tres cifras corresponden a datos de la Compañía Manufacturera de Papeles y Cartones S.A., que realiza un ejercicio anual entre julio de un año y junio del año siguiente.

(3)

Esta cifra es aproximada, considerando el aumento de producción de la fábrica San Pedro, en Bio Bio, y la paralización de 16 días debido a los sismos de mayo.

(4)

Corresponde a un dato oficial proporcionado por el Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción.

(5)

Dato estimado considerando el aumento de capacidad de la fábrica San Pedro, que desde marzo del año pasado puede producir hasta 5.000 t/m mensuales; la capacidad primitiva era de 4.000 t/m mensuales. En forma ocasional la CMPC produce papel para periódicos en su fábrica de Puente Alto.

Nota:

Se habla de consumo aparente (producción + importación y - exportación) por carecer de cifras relativas al consumo real. Por esto, las cifras proporcionadas son simples aproximaciones a la realidad.

sumo de 27.000 t/m en 1955, 30.000 t/m en 1960 y 35.000 t/m en 1965.

En agosto de 1957 el Grupo Asesor en Papel y Celulosa para América Latina, dependiente de las Naciones Unidas, luego de analizar el período 1948/54, señaló que "el consumo de papel de diario y el de otros papeles y cartones, salvo las variaciones anuales, casi no ha cambiado durante todo el período de postguerra. Una de las razones de ello podría ser la restricción de divisas destinadas a las importaciones de estos productos. En consecuencia, el consumo de Chile es inferior al que justifica su ingreso por habitante."

Haciendo una estimación para el período 1956/65, señalaba las siguientes cifras:

1956	Consumo: 31.300 t/m	Eg. x 100 hab.: 4,53
1957	" : 33.300 "	" " " " : 4,74
1958	" : 34.900 "	" " " " : 4,88
1959	" : 38.800 "	" " " " : 5,22
1965	" : 49.500 "	" " " " : 6,07

Agregaba que "según dicha estimación, el consumo total de papel de diario y otros papeles y cartones aumentaría en 60 y 50% respectivamente, durante el decenio. Es probable que la estimación sea baja."

"La comparación de la predicción de la demanda con las cifras actuales de producción y planes de desarrollo (San Pedro, Laja y Trupán) revelan que Chile tendrá en 1960 un excedente de exportación de unas 11.000 toneladas de papel de diario..."

En abril de este año el mismo Grupo finalizó otro estudio acerca de la tenencia futura en los países latinoamericanos. Respecto a Chile, basa su apreciación en el período 1955/57, con un consumo total promedio de 25.000 t/m y 3,59 kg. por cada 100 habitantes.

El consumo, de acuerdo a la proyección parabólica, indica una estimación de 29.000 t/m en 1959; 31.000 t/m en 1960; 40.000 t/m en 1965; 52.000 t/m en 1970; y 67.000 t/m en 1975.

A pesar de lo reciente de este estudio, las

dos primeras cifras ya muestran diferencia con la realidad. El consumo del año pasado fué 8.000 t/m inferior a la estimación del Grupo.

TENSA INTERROGANTE

En el lapso 1952/60 la población del país aumentó de 5.932.995 a 7.339.546 habitantes; es decir un 23%. En forma aproximada corresponde al 2,5% de crecimiento anual, que es la tasa de Chile y América Latina.

La publicidad, adelantando una cifra que damos más adelante, aumentó en el último año en un 20%. En apreciable porcentaje corresponde a la prensa, que en muchos casos debió aumentar su número promedio de páginas y en consecuencia consumir más papel por ejemplar.

La circulación y venta de los diarios metropolitanos experimenta un alza constante. Las ventas totales de Santiago aumentaron más del 10% en el período 1957/60; el consumo de papel en la capital es cercano al 80% del total del país.

La única conclusión posible de los datos anteriores señala un menor número de ejemplares, en especial en provincias. Esto plantea la siguiente interrogante:

¿Ha disminuido en Chile la demanda por medios de información o el habitante medio está prefiriendo otros medios como la radio o el cine?

Antes de dar una respuesta es preciso analizar otros factores que inciden en el fenómeno.

LAS VARIACIONES DEL MERCADO

Un alza espectacular tuvo la circulación de algunos diarios por "los sismos de Mayo", el "caso Haebig" y el triunfo futbolístico de Chile sobre Alemania por 3 goles a 1.

Este fenómeno que afecta al periodismo nacional obedece a la "sensibilidad" que caracteriza al mercado.

Pero aparte de estas variaciones ocasionales, hay fluctuaciones estacionales y, lo que más nos interesa ahora, una variación de mercado se acentúa año a año.

El diario es considerado en el plano internacional como un medio de información local y no nacional. Sin embargo, en el caso chileno se acentúa la característica contraria.

En términos económicos hay una "expansión" del mercado para los diarios de Santiago, que corresponde a una "contracción" del mercado para la prensa del interior. El mercado es uno y su capacidad no varía; no obstante, este nuevo equilibrio lo provoca el incremento y evolución en los medios de comunicación existentes entre la capital y las distintas ciudades del interior.

El medio geográfico obligó en el pasado a la formación de mercados locales o regionales; las comunicaciones eran esporádicas y deficientes. Hasta que no se estableció el ferrocarril, Santiago y Valparaíso eran dos mundos separados; el viaje en carreta, a caballo o lomo de mula demoraba muchas horas. Punta Arenas era un "far west" donde se aventuraban sólo los más audaces tras una azarosa navegación de diez o más días.

En estos centros aislados comenzó a sentirse la necesidad de información, que se satisfizo con la calidad y tamaño proporcional a cada ciudad. No había competencia.

El único que intentó en el pasado establecer un órgano nacional fué el editor de "El Mercurio", Santos Tornero. Durante los años 1853 a 1860 publicó en Valparaíso "El Mercurio de Provincias", periódico que salía ocho veces al mes. Su intento de establecer un diario "nacional" no prosperó y con posterioridad nadie abordó la empresa.

Hasta 1900 Valparaíso mantuvo la hegemonía del diarismo nacional, la que luego pasó a Santiago. Durante las primeras décadas del presente siglo comenzó la disputa por ambos mercados, pero la transformación a una dimensión nacional de esta competencia, es un fenómeno reciente.

El mejoramiento de los caminos, la construcción de ferrocarriles y, por último, el advenimiento de las comunicaciones aéreas, revolucionó el mercado periodístico nacional.

El fenómeno encontró a la prensa metropolitana y del interior en un plano muy distinto. La diferencia entre los diarios de Santiago y provincia era escasa a comienzos de siglo; pero en la actualidad es marcada y todo indica que el abismo tiende a ensancharse.

Haciendo un paralelo, acontece igual que entre las naciones desarrolladas y subdesarrolladas. Mientras las primeras adquieren más desarrollo, las últimas, en proporción, se hacen más subdesarrolladas.

Por otra parte el fenómeno de la "expansión" encontró desprevenidos a los empresarios y periodistas del interior. Incluso, muchos ni siquiera han valorizado la magnitud de esta competencia "importada" o foránea y mantienen las añejas características económicas y periodísticas que determinaron, en casos particulares, importantes disminuciones en la circulación.

El criterio incomprensible se explica en parte considerando el sentido primario y localista con que proceden muchos empresarios y periodistas del interior. Por esto decayó la prensa más próxima a la capital. Los diarios más vigorosos y prósperos del interior son los editados en las regiones más alejadas de Santiago. Pero hay que hacer una salvedad, pues la distancia real no concuerda siempre con la distancia teórica; esta última corresponde a una relación geográfica. Por ejemplo, los diarios de Santiago llegan antes a Punta Arenas (2.500 kilómetros de distancia) que a Chillán (405 kilómetros); esto se debe al transporte aéreo en el primer caso y al transporte ferroviario, en el segundo.

Recordando que 100.000 ejemplares de los diarios santiaguinos se envían a provincias, tenemos que en el interior se vende un 40% de diarios metropolitanos y un 60% de diarios locales, puesto que el tiraje total de estos últimos es de 150.000 ejemplares.

Son variadas las conclusiones que pueden obtenerse de un cuadro sinóptico de la distribución de los "diarios nacionales" en el interior. Entre otras, tipo de diario que prefiere el lector medio de cada zona, nivel o clase social, grado de instrucción, nivel económico.

Las cifras que insertamos en la página siguiente fueron tomadas de la memoria de prueba de Ralph Marienberg Freund, titulada "Algunas sugerencias respecto a combinaciones de medios de propaganda", presentada el año pasado a la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Chile.

Corresponden a datos obtenidos de un Jefe de Medios de una empresa publicitaria, quien optó por inquirir las cifras de los propios agentes de los diarios santiaguinos en cada localidad, suponiendo que estos últimos no tenían una razón valedera para falsear la realidad.

Luego insertamos datos propios, obtenidos en otras fuentes, que sirven para corroborar las cifras dadas por Marienberg o bien indican las variaciones ocurridas.

Hay que valorar las cifras señaladas, como simple guía o pauta, y no como circulación total de los diarios santiaguinos en provincia. No se contemplan los suscriptores ni los ejemplares que se distribuyen en otras localidades y zonas rurales.

En la fecha en que se realizó la encuesta, aun se publicaba "La Libertad"; su escaso tiraje no influye de manera apreciable en el total. Por otra parte, se exceptuó el vocero comunista "El Siglo" porque este órgano en general no emplea los métodos habituales de distribución (agentes), sino que es distribuido en apreciable proporción por los propios militantes de ese partido político.

VENTA DE LOS DIARIOS MATUTINOS DE SANTIAGO
EN LAS PRINCIPALES CIUDADES DEL INTERIOR

<u>Ciudades:</u>	<u>Merc.</u>	<u>Terc.</u>	<u>Nac.</u>	<u>Clar.</u>	<u>Il.</u>	<u>Lib.</u>	<u>Total</u>
Arica	350	500	300	300	25	50	1.525
Iquique	200	250	350	100	5	5	910
Antofagasta	260	800	300	200	10	25	1.595
P. de Vald.	50	150	50	30	-	-	280
María Elena	10	90	50	30	-	-	180
Calama	60	650	100	50	5	15	820
Chuquicamata	100	300	50	100	-	-	550
Copiapó	190	140	100	180	20	10	640
Coquimbo	80	100	150	160	10	10	510
La Serena	190	60	130	110	30	10	530
Valparaíso	300	2.000	1.000	3.000	200	150	6.650
Vina del Mar	200	500	500	1.000	100	100	2.400
San Fernando	300	550	130	100	40	20	1.140
Curicó	250	1.000	300	200	150	50	1.950
Talca	700	800	300	200	100	50	2.150
Linares	250	280	130	60	40	5	815
Carquenes	80	190	50	10	8	5	253
Chillán	450	400	200	150	50	20	1.270
Concepción	550	100	250	200	200	40	1.340
Los Angeles	200	15	50	100	25	15	415
Angol	50	10	30	50	10	5	155
Victoria	100	-	30	30	20	10	190
Temuco	200	30	100	150	30	30	540
Valdivia	200	-	60	100	30	10	400
Osorno	130	10	30	50	30	20	270
Puerto Montt	80	20	80	50	80	30	340
Punta Arenas	250	300	300	250	50	150	1.300
<u>Totales:</u>	<u>5.780</u>	<u>9.155</u>	<u>5.130</u>	<u>6.980</u>	<u>1.268</u>	<u>635</u>	<u>19.118</u>

Datos obtenidos de otras fuentes (marzo-abril 1961):

Antofagasta (1)	1.000				50		
Valparaíso	700	2.800	2.000	3.500	300		9.900(2)
Encagua		5.000					
Los Angeles	320	150	180	300	40		1.015(3)
Punta Arenas	300	300	400	300	50		1.550

(1)

Los datos de Antofagasta corresponden a los diarios de mayor y menor venta, respectivamente, en la ciudad.

(2)

Hay que agregar 500 ejemplares de "El Siglo" y 800 de "Las Noticias de Última Hora", con lo cual la cifra aumenta a 11.300 ejemplares. Las cifras bajas de "El Mercurio" en Valparaíso y Vina del Mar, como de "Las Últimas Noticias" y "La Segunda" que casi no se venden, obedecen a política de la empresa que no quiere perjudicar a sus publicaciones portueñas.

(3)

Este total incluye además 20 ejemplares de "Las Últimas Noticias" y 5 de "Las Noticias de Última Hora".

Las cifras anteriores sirven para obtener varias conclusiones; es evidente una contradicción aparente entre muchas cantidades, pero es fácil conocer la causa.

La venta total de los diarios de Santiago, comparada con la población de la ciudad respectiva, nos indica la calidad de la prensa local. Por ejemplo Punta Arenas (55.000 habitantes) ofrece un mercado equivalente al de Concepción (170.000 habitantes).

Los diarios de la capital gravitan en gran número en la zona comprendida entre Aconcagua y Ñuble; luego en los extremos: Tarapacá, Antofagasta y Magallanes.

Los tabloides "La Tercera de la Hora" y "Clarín" tienen una mayor circulación en el interior que "El Mercurio".

"La Tercera" domina en la zona central, mientras "Clarín" tiene mayor venta en la provincia de Valparaíso.

"El Mercurio" es el diario que tiene una venta más equilibrada; 20 a 25% del total por ciudad, con la lógica excepción de Valparaíso y Viña del Mar.

"La Nación" es el órgano que, en proporción a su tiraje, vende mayor número de ejemplares en el interior.

La frecuencia y la calidad del medio de transporte influye de manera preponderante en la venta de los diarios metropolitanos en el interior. María Elena, Cauquenes, Angol, sin medios de comunicación directos con la capital, son ejemplos típicos.

"La Nación" se vende en mayor proporción en los extremos del país; por ejemplo, supera a los otros diarios en Iquique y Punta Arenas.

La comparación del primer cuadro con las cifras obtenidas en marzo y abril de este año, comprueba el constante aumento de la venta de los diarios de Santiago en desmedro de las publicaciones de provincias. Este fenómeno no favorece a determinados diarios metropolitanos sino a todos; es una tendencia general cuyas consecuencias no queremos predecir.

Recapitulando, analicemos el efecto de algunos hechos destacados -en especial policiales y deportivos- que tienen la virtud de aumentar la demanda de diarios.

Al comparar cifras de Santiago y provincias establecemos que la demanda en el interior es más elástica que en la capital. En proporción, el aumento del tiraje es mayor.

Esto significa que en provincias hay un mayor porcentaje de "lectores potenciales". A nuestro juicio la zona metropolitana, y en particular el Gran Santiago, está saturada; un aumento de la circulación será problemático.

En los días siguientes a los sismos de mayo del año pasado (semana del 22 al 29 de mayo) "El Mercurio" y "La Estrella" de Valparaíso aumentaron su tiraje en un 60%. Por su parte "La Unión" editó en mayo un total de 413.546 ejemplares contra 338.623 en abril; es decir, un aumento que aplicado a los últimos días del mes nos da una cifra similar.

"El Magallanes" de Punta Arenas aumentó su tiraje en 100% al día siguiente de los terremotos. Pese al tiempo transcurrido, su tiraje total de junio fué un 27% superior al del mes de abril.

En cambio el tabloide "La Tercera de la Hora" acusó un alza superior al de los sismos con el "case Raebig", en febrero pasado. Durante la semana en que las informaciones llamaron más la atención, el aumento total de su tiraje alcanzó un 21% sobre la cifra normal. Sin embargo, en Valparaíso esta publicación tuvo un 40% de aumento en su circulación.

Las informaciones deportivas también tienen influencia. "La Nación", que se caracteriza por la preferencia que otorga a las noticias de deportes, aumenta su venta los días lunes. En Valparaíso su venta se eleva de 2.000 a 7.000 ejemplares. Con motivo del triunfo de Chile sobre Alemania, el tiraje llegó a 112.000 ejemplares y a Valparaíso se enviaron 9.000 diarios. Dudamos que el diario de Gobierno aumente su venta en el Gran Santiago, en forma tan apreciable.

UN EJEMPLO DRAMATICO

¿Qué ocurrirá al matutino "El Heraldó" que se publica en la ciudad de Linares?

Analizaremos "El Heraldó" como un diario tipo, como podíamos hacer con cualquier otro diario de provincia.

"El Heraldó", fundado en agosto de 1937, es editado por la Empresa Periodística "El Heraldó" Ltda., que además tiene un taller de remiendos. Tiene 4 páginas formato standard. Su tiraje es de 600 ejemplares y cada uno se vende a E\$ 0.030. Sólo consigna informaciones locales; como excepción, cuando ocurre un hecho importante, reproduce noticias radiales. No tiene corresponsales. Dos páginas están destinadas a publicidad.

La composición es tipográfica. La impresión se realiza en una prensa plana de tiro y retiro. Al mes la empresa consume dos fardos de papel para periódicos, fabricado en Fuente Alto, que equivalen a 600 kilos.

Diez personas laboran en la empresa: 2 periodistas, 2 empleados administrativos, y 6 operarios de taller.

"El Heraldó", vocero de tendencia radical, debe competir desde octubre de 1944 con "La Provincia", diario de orientación liberal y de características similares. Todos los diarios santiaguinos circulan en la ciudad; sólo los matutinos tienen una venta superior a 600 ejemplares.

A las 7 de la mañana comienza a venderse este periódico cuyo lema es "Diario de interés regional"; casi en forma simultánea se venden los matutinos de la capital, enviados en trenes o camiones que tardan pocas horas en recorrer los 300 kilómetros que separan ambas ciudades.

¿Cómo puede competir con los diarios de Santiago? ¿Cómo puede aprovechar el creciente progreso tecnológico?

Para superar a los primeros debería aumentar su volumen de informaciones, ampliando sus servicios o contratando otros para incluir noticias nacionales y del exterior. ¿Cómo financiar esta inversión? Aumentando el capital, pero la inversión será irre recuperable.

Lo anterior también requerirá mejorar los elementos técnicos y el sistema de trabajo en el taller. ¿Cómo? Lo básico es modificar el sistema de composición; para eliminar o reducir al mínimo la tipografía y los cajistas habrá que adquirir una linotipia. Pero el modelo más sencillo, una máquina modelo 5 "Meteoro", dotada de un albacón standard de 90 canales, para composición corrida, con todo su equipo, tiene un valor superior a los 11.000 dólares.

Se justificará la inversión tan alta en una máquina que podrá hacer en pocas horas el trabajo que demanda casi todo el día a los tipógrafos. ¿En qué se empleará el tiempo sobrante la máquina y el linógrafo? No hay otra posibilidad que seguir componiendo a tipo, pero la tecnología avanzó tanto que en el futuro no se fabricarán más tipos.

¿Cómo mejorar la impresión deficiente? La solución es adquirir otra prensa, pero en Estados Unidos ya no fabrican prensas para composición tipográfica. Habrá que comprar una rotoplana o una rotativa. ¿Se justifica por un tiraje de 600 ejemplares? La rotoplana, trabajando a media capacidad, demoraría 8 minutos en imprimir todo el tiraje. Una rotativa antigua, de segunda mano, podría hacerlo en 1½ minutos. No hay otra solución que continuar imprimiendo en la prensa plana.

El dilema es dramático. En un extremo de la escala situemos al Daily News, de Nueva York, con una tirada diaria de 2.700.000 ejemplares y en el otro extremo a "El Herald" con las 4.500 avas parte del tiraje. ¿qué ocurrirá con la escala? Sin duda va a alargarse hasta llegar a un extremo tal que la parte inferior desaparezca.

Como si todo lo anterior fuera poco, debemos consignar la inevitable descapitalización de "El Herald". La empresa se reduce por dos factores incontrastables; por una parte el desgaste de máquinas y equipo, y por otra la desvalorización por antigüedad y desuso. Si se es guiado por un afán de coleccionista o un capricho excéntrico, ningún empresario moderno adquirirá la prensa de "El Herald".

En el problema provocado por la tecnología "transferida" y cada vez menos acorde con nuestra realidad

económica. Es el precio de disfrutar de los inventos y progresos sin haber participado en su búsqueda.

No nos cabe duda que nadie intentará en Chile inventar un sistema de composición o de impresión adaptado a nuestra estructura económica. Sería una inversión cuantiosa, arriesgada y sin utilidad monetaria. Como nadie intentaría seguir fabricando tipos o comenzar a fabricar prensas planas.

En comparación, tan absurdo resultaría establecer una armadura de automóviles Ford modelo T, arguyendo que los modelos actuales están fuera del alcance del habitante medio.

Como nadie se preocupará de fabricar automóviles para el bolsillo del hombre común, nadie resolverá el problema de los periódicos comunes.

"El Heraldo", diario local, desaparecerá tarde o temprano tragado por este abismo que se ensancha. Los diarios de provincia están en un punto muerto. Si los editores y periodistas siguen dormitando, también serán arrastrados al abismo.

El periodismo nacional vive una etapa crucial desde el punto de vista económico, mucho más sombría que la de los pueblos subdesarrollados. Estos últimos, aunque sea llevando una existencia misérrima, subsistirán. Los diarios, en cambio, desaparecerán en forma irremisible.

Ojalá nos equivoquemos, pero vislumbramos que dentro de pocos años todo el periodismo chileno será desarrollado, aunque este aumento de nivel traiga consigo la desaparición de la mayor parte de los diarios del interior.

Quizás si por un presentimiento, Ramón Belmar Saldaña, Director de "El Heraldo", sintetizó la situación futura en cuatro palabras, al responder a nuestro cuestionario:

"Estancia en el pie."

LAS AGENCIAS INFORMATIVAS

Y LOS DIARIOS DE PROVINCIAS

- o La "densidad" de los clientes es muy baja.
- o La "concentración" y la "exclusividad" informativa.
- o El Estado actúa con criterio comercial en vez de prestar un servicio de utilidad pública.
- o "El Mercurio" envía parte de su material informativo por ... ferrocarril.

"El desarrollo de la prensa rural está llamado a favorecer en alto grado la ampliación de las agencias noticiosas nacionales existentes y a facilitar la creación de otras en aquellos países que aun carecen de estos servicios". Esta fué una de las conclusiones del grupo Prensa, al término del reciente Seminario de Medios de Información realizado en Santiago con el auspicio de la Unesco.

Esta afirmación puede tener validez para América Latina en conjunto, pero no se ajusta a la realidad chilena. Por el contrario, se observa una disminución de las agencias nacionales y un creciente predominio de agencias extranjeras.

En la actualidad operan en Chile cinco agencias extranjeras: United Press International (UPI), fundada en 1907 como United Press Associations (UP) y que en mayo de 1958 adoptó su actual denominación al fusionarse con la International News Service (INS); The Associated Press (AP), fundada en 1848; la agencia Reuter (1849); Agence France Presse (AFP), fundada en 1835 como agencia Havas y que adoptó su actual nombre después de la Segunda Guerra Mundial; por último, Prensa Latina (PL), Agencia Informativa Latinoamericana, S.A., fundada en 1959, en Cuba.

Como agencia nacional sólo opera la Agencia Orbe, fundada en 1955 por los periodistas Andrés Aburto y José María Navasal. En fecha posterior esta agencia nombró corresponsales en las principales capitales de América Latina, que proporcionan material especial que se distribuye en el país bajo la sigla "Orbe Latinoamericana".

Con anterioridad existieron en el país otras agencias, de reducidas proporciones y vida efímera. Entre otras: Agencia Chile, Panamerican Agency Inc., Prensa Asociada de Chile (Pach), Agencia Cooper (Cooperativa Periodística), Agencia Pyc (Prensa, Radio y Cine).

LIMITACIONES DEL MERCADO

América Latina en general y Chile, en particular, son económicamente campo poco propicio para el establecimiento de agencias noticiosas, incluso los grandes consorcios internacionales.

Ocurre un fenómeno curioso. América Latina es un continente pródigo en noticias de toda índole; esto obliga a las agencias internacionales a mantener oficinas y corresponsales en todos los países latinoamericanos. En cambio, la "densidad" de los clientes es baja. En consecuencia hay un gran desembolso por concepto de operación, que en proporción es muy superior a los ingresos derivados de la venta de servicios. Por ejemplo, la UPI experimenta desde hace muchos años pérdida en su oficina de Santiago; el año pasado esta pérdida alcanzó a veinte mil escudos.

El déficit ocasional o permanente es algo aceptado por estas empresas que tienen una "dimensión" suficiente para resarcir sus pérdidas en otras zonas del mundo donde la densidad de sus clientes es mayor. Es el caso de la AP, por ejemplo, que de acuerdo a datos de 1955 distribuía en Estados Unidos su servicio a 1.744 diarios y 1.376 estaciones de radio y TV.

La existencia de 47 diarios y 98 radioemisoras en el país puede inducir a error; en la práctica más de la mitad no disponen de adecuados sistemas o servicios de información; en especial, en el interior.

El siguiente cuadro resumen indica los clientes de las distintas agencias (diarios y radioemisoras, respectivamente):

<u>Agencia:</u>	<u>Santiago:</u>	D.	R.	<u>Provincias:</u>	D.	R.
AP		3	5		7	-
AFP		3	-		-	-
ORBE		-	9		5	-
PL		3	-		-	-
REUTER		1	-		-	-
UPI		9	5		18	1 (1)

EL PELIGRO DE LA CONCENTRACION

Las cifras anteriores ocultan un problema tan

(1)

Las radioemisoras del interior no disponen de servicios informativos nacionales o extranjeros; la única excepción la constituyen las emisoras de la Sociedad Chilena de Publicaciones y Comercio S.A., que reciben servicio proporcionado a "El Mercurio" de Antofagasta.

grave como es la "concentración" del material noticioso. En efecto, la Empresa "El Mercurio" S.A.P. tiene la exclusividad del servicio AP, en lo que a diarios se refiere, para Santiago. The Associated Press es una agencia cooperativa, a la cual se incorporan las empresas periodísticas en calidad de asociadas.

Además "El Mercurio" contrató para sus tres diarios de Santiago la exclusividad de los servicios de la APP, con exclusión de todos los demás diarios y radiodifusoras en la vasta zona comprendida entre las provincias de Antofagasta y Concepción. También dispone en forma exclusiva en Chile de las informaciones comerciales entregadas por la Reuter, agencia que suspendió sus operaciones en América Latina hace dos años.

Coincidimos con la opinión general al estimar como excelente el servicio cablegráfico de "El Mercurio", pero ¿no es un arma encubierta contra la libertad de información? Lo significativo es que este potencial medio coercitivo proviene de un órgano de prensa que no tiene otro argumento que su dinero.

Es interesante recordar dos hechos. E. W. Scripps fundó la United Press para rebelarse contra la AP al estimar con justicia a la noticia como un artículo que debe obtenerse y venderse en un mercado libre. En 1945, la Suprema Corte federal de Estados Unidos confirmó un fallo dictaminando que los estatutos de la AP violaban las disposiciones de la ley Sherman contra los monopolios.

PANORAMA DESFAVORABLE

Aparte de lo comentado, en provincias se agrava la situación debido a la deficiencia o alto costo de los medios de comunicación. Es significativo que las emisoras no dispongan de servicios proporcionados por agencias (por lo general transmiten en cadena con estaciones metropolitanas) y en cuanto a los diarios, aquellos que tienen servicio muchas veces son volúmenes insuficientes.

Los diarios más próximos a Santiago reciben el material por bus o ferrocarril; de los otros, unos pocos mediante teletipos o radio teletipos y otros por telégrafo.

La tarifa telegráfica de prensa corresponde a E² 0.08 por palabra, valor que resulta oneroso tratándose de un gran volumen noticioso. En cambio, Méjico por ejemplo tiene una tarifa preferencial de 1 centavo por palabra (E² 0.008); es decir, una décima parte.

Es interesante que, como sugirió el Seminario de Medios de Información, "los gobiernos de los países latinoamericanos celebren acuerdos bilaterales o multilaterales con el objeto de reducir sus tarifas telegráficas de prensa, parecidos a los que han concertado varios países asiáticos."

En el caso de Chile es necesario reconocer que el Estado realiza esfuerzos para mejorar sus sistemas de comunicaciones pero, por desgracia, con efectos contraproducentes en particular para la prensa.

Desde hace algunos años "El Mercurio de Antofagasta" recibe servicio UPI desde Nueva York, mediante radio teletipo. La Sociedad Periodística "El Magallanes" Ltda. llegó a un acuerdo con la UPI para establecer el mismo servicio a Punta Arenas, y el Diario "El Sur" S.A., de Concepción; realiza estudios con ese objeto.

En el caso de "El Magallanes", los actuales gastos por servicio telegráfico disminuirán pese a que dispondrá de un volumen de informaciones 27 veces mayor, y que el pago a la UPI aumentará en 600%. Hasta ahora la transmisión se realizaba por canal y teletipo del Telégrafo del Estado.

Consideramos que el desproporcionado costo de los servicios de comunicaciones, como el escaso poder económico de las empresas del interior serán obstáculos poco menos que insalvables para mejorar los niveles informativos.

En cuanto a comunicaciones, el Estado actúa con criterio comercial en vez de proceder como servicio de utilidad pública.

Los ejemplos señalan que con la actual política se está ahuyentando a los antiguos usuarios y contribuyendo a "que con frecuencia se transmitan a través de centros situados en el extranjero las noticias que se intercambian en los países latinoamericanos" como se expresó en el Seminario

de Medios de Información.

El problema no es particular de una empresa; afecta a toda la prensa nacional. Como prueba basta señalar que hasta la poderosa empresa "El Mercurio" envía parte del material informativo para sus diarios de Valparaíso... ¡por ferrocarril!

LAS REMUNERACIONES

EN EL PERIODISMO

- o En Estados Unidos los sueldos son cuatro veces mayores.
- o La "siguiente profesional" y la capacidad de las empresas.
- o Frustración "económico-social" de los universitarios chilenos.
- o Carlos Silva Villalón y Joaquín Giza Barón recibían \$ 6 por columna.

El sueldo inicial de un reportero de la redacción de un diario metropolitano en Estados Unidos, es de 55 dólares semanales; a los seis años es de 120 dólares semanales. En la práctica, por supuesto, las remuneraciones tienden a ser muy superiores al mínimo.

Los datos anteriores, analizados con ligereza, pueden justificar las constantes reclamaciones de los profesionales chilenos que, casi sin excepción, se quejan de sus bajos sueldos.

En un plano monetario es cierto. El sueldo de un reportero que se inicia en un diario santiaguino no excede por lo general de 15 dólares semanales; es decir una cuarta parte de la remuneración de su colega norteamericano.

El argumento y la crítica pueda ser valadera o no, según el punto de vista.

Veamos primero el problema del empleado. Se justifica su reclamo por un pequeño ingreso en desacuerdo con la "dignidad profesional". Esta idea se reforzó en los últimos años a raíz de la creación de un Colegio Profesional y la formación de periodistas universitarios.

Pero hay una posición opuesta -la del empresario- que también tiene razón en muchos casos. Para explicarlo volvamos a la comparación del desarrollo económico. En Estados Unidos el periodismo es una industria próspera y de incalculable poder y respaldo económico. Es prensa super desarrollada.

En Chile, salvo excepciones, las empresas tienen un financiamiento exiguo y muchas veces al iniciar la publicación de un diario tiene más visos de aventura romántica que de inversión próspera y remunerativa. Son empresas subdesarrolladas, en especial en el interior.

Analizando en forma imparcial el problema, nos parece imposible conjugar las posiciones. El ingreso per cápita promedio es 7 veces menor al estadounidense. La dimensión de las empresas, en general, es muy inferior.

¿Puede exigirse u otorgarse una remuneración similar a los periodistas norteamericanos? Creemos que no.

Como es ilógico que un obrero o empleado de un yacimiento cuprero de la pequeña minería pretenda idéntica remuneración a un trabajador de Chuquisamata. Ambos producen cobre, ¿Pero en que proporción cada uno?

Volviendo a lo nuestro, ¿Puede cancelarse idéntico sueldo "El Herald" de Linares, cuyo reportero "produce" 600 ejemplares, que la Empresa "El Mercurio", cuyos reporteros "producen" en Santiago de 80.000 a 170.000 ejemplares?

Concordamos en que cada empresa cancele sueldo de acuerdo a su dimensión. En el Seminario sobre Medios de Información, Ramón Cortés, Director de la Escuela de Periodismo expresó, refiriéndose a "El Mercurio": "Conozco una empresa en que el periodista recibe 96 escudos mensuales, el linógrafo gana 180 y el agente de avisos, 200 escudos". En otra intervención expresó: "Los profesionales (periodistas) ganan hoy un sueldo inferior al que percibían hace treinta años, de acuerdo con la época..."

Son estos absurdos los que deben terminar. Hay diferencia entre coger las "papas" de composición de una linotipia y llevarlas a la mesa de compaginación, y reportear una noticia, por simple que sea. Sin embargo, en la empresa citada gana más un choquero que un joven periodista.

Al existir empresas con mayor poder económico, si impera un criterio económico, se producirá una natural selección profesional. Es decir, los mejores periodistas prestarán servicios en las empresas más poderosas y las más pequeñas tendrán que conformarse con los elementos menos capaces. En este sentido, el periodismo del interior estará siempre en un plano secundario, salvo honrosas excepciones.

EL PERIODISTA UNIVERSITARIO

Hay un ángulo del periodismo universitario que no ha sido bien considerado: el económico.

Autoridades universitarias, los viejos profesionales, los profesores, los alumnos y egresados se felicitan de la magnífica oportunidad de formarse en un aula universitaria.

Es indudable que se eleva el nivel social, intelectual y cultural de los periodistas. La idea y la realización es encomiable, pero estamos "transfiriendo" una formación periodística con un modelo adoptado de una nación desarrollada: Estados Unidos.

La nación del Norte puede, con su grado de desarrollo, permitirse el lujo de formar en varias universidades centenares de "Bachelor of Arts".

Estamos de acuerdo con Joseph Pulitzer cuando refiriéndose al periodismo dijo que es "la más exigente de las profesiones, la que requiere más vastos y variados conocimientos, unidos a la más sólida base de carácter". Es un ideal, ¿pero conquistado a que precio?

Aparte de la censurable inversión que en el país se da a un porcentaje del presupuesto destinado a la educación, de manera indirecta se están provocando otros fenómenos económico-sociales de difícil proyección. Existe el criterio generalizado entre los estudiantes universitarios, del cual no se excluyen los futuros periodistas, que el hecho de permanecer varios años en un aula universitaria los faculta en forma automática para gozar de una posición económica de privilegio.

Cuando no la obtienen de inmediato, comienzan a padecer una "frustración económico-social". ¿Es la Universidad culpable del precario ingreso promedio del habitante chileno? ¿Son culpables o insensibles la mayor parte de las empresas periodísticas? La respuesta retunda es: no.

La formación del periodista universitario, en especial en lo cultural, sitúa al agredado en un nivel bastante superior al promedio de los periodistas profesionales. Se crea otro problema; el universitario adopta una actitud de resistencia, casi instintiva, a emplear los mismos métodos que los periodistas en ejercicio e a trabajar en su compañía. Pocos se avienen a comenzar su carrera como simples reporteros y esta minoría confía en desempeñar puestos de más responsabilidad a corto plazo. Hay una creciente desadaptación al medio.

Pero existe un fenómeno del cual las Universi-

dades no pueden sustraerse y que debe remediar antes que se agudice. Es notoria la baja proporción de estudiantes de periodismo que comienzan sus estudios y los finalizan; es decir, egresan. Infina todavía, es la proporción de los que se titulan.

Creemos que esto se explica por el escaso incentivo económico que encuentran en el medio periodístico los noveles educandos. Dejando toda consideración intelectual deber aceptar que el elemento dinámico que mueve a los estudiantes de periodismo es una remuneración económica adecuada.

Aparte de que este elemento dinámico es muy débil, estimamos que a corto plazo se producirá una saturación del medio. Por oposición, aumenta el número de escuelas de Periodismo y que en la actualidad ya alcanza a tres.

Los registros del Colegio de Periodistas comprenden un número cercano a 1.000 profesionales en el país; estimando en un 20% los periodistas no colegiados, en especial en provincias, llegamos a totalizar 1.200 plazas.

Considerando la reducción de las empresas periodísticas, la desaparición de algunos diarios, como el eriguo campo que ofrecen la radio, el cine y la televisión, en pocos años más se producirá una saturación de profesionales. En Santiago, en la práctica, este fenómeno ya ocurre.

Estimamos factible que en vista de la saturación del medio, de la magra remuneración económica, se produzca un éxodo o migración periodística. Convinidos de la futura "contracción" del periodismo provinciano, esta migración se orientará hacia el extranjero, con lo cual se despilfarrará una cuantiosa inversión por cada alumno. Hay ya casos aislados y no son pocos quienes han expresado en más de una oportunidad la intención de seguir el ejemplo.

Pero no seamos pesimistas. En la actualidad los periodistas están mejor remunerados que en el lejano pasado. Figuras destacadas como Carlos Silva Valdésola y Joaquín Díaz García, a comienzos de siglo, recibían a fin de mes seis pesos por cada columna. La "tarifa" se aplicaba con la línea de una columna.

EL PERIODISMO
FRENTE A OTROS
MEDIOS DE INFORMACION

- o En Chile hay menos de la mitad de los diarios que había hace treinta años.
- o Un chileno compra un diario cada 14 días y asiste a un cine cada 36 días.
- o Santiago absorbe la mitad de la inversión publicitaria.
- o "Querer combatir a la radio sería una temeraria y un fracaso".
- o ¿Afectará la TV a la prensa chilena?

En 20% aumentó la inversión total de publicidad en el país durante el año pasado, totalizando 20 millones de escudos.

La cifra anterior es halagüeña y significativa. Puede marcar el comienzo de una etapa de gran desarrollo de los medios de información pero, al mismo tiempo, una supeditación de la libertad de expresión al poder económico.

El periodismo nacional está en íntima relación con el fenómeno anotado, al percibir un tercio del total de la inversión en publicidad.

Pero antes de entrar en materia recordemos en forma somera el pasado del periodismo y los otros medios de información, estableciendo un paralelo entre Chile y Estados Unidos.

La prensa escrita es el medio más antiguo. Comenzó en Estados Unidos con "The Boston New Letter", fundado en 1704; en 1850 había 350 diarios y en la actualidad son 1.755.

En Chile tenemos "La Aurora de Chile" en 1812; el primer diario aparece en 1829 y el número aumenta hasta llegar a 99 en el año 1932. En la actualidad esta cifra descendió a 47.

El cine es el segundo medio en hacer su aparición. Es la década de 1920 se difundió en forma comercial. El noticiario y el documental son posteriores a las "películas".

Casi en forma simultánea surgió la radio, que se perfeccionó también en los años 20. En nuestro país, la primera emisora fué radio "Chilena", cuyo decreto de concesión es de junio de 1923.

La televisión es el medio más moderno. La primera transmisión comercial realizada en Estados Unidos tuvo lugar en Nueva York el 1º de junio de 1941. En Chile se hizo la primera experiencia en 1939, pero aun está en etapa experimental.

TABLA COMPARATIVA

La Unesco, luego de estudios e investigaciones sobre los servicios de información existentes en América Latina, confeccionó una tabla mínima que representa las necesidades por cada 100 habitantes. Basados en dicha tabla, establecemos un paralelo entre a) el ideal; b) América Latina; c) Chile; y d) Estados Unidos.

	"A"	"B"	"C"	"D"
Ejemplares de diarios ..	10	7.8	6.8	32.9
Receptores de radio	5	9.8	14.5 (1)	89.9 (2)
Butacas de cine	2	3.5	4.6	5.7
Receptores de T.V.	2	1.5	0 (3)	28.3

Para hacer más tangibles las cifras anteriores, realizamos cálculos que nos dan las siguientes proporciones para Chile:

Un chileno compra cada 14 días un ejemplar de diario, asiste cada 36 días a un cine, y escucha N minutos de radio al día.

Estas cifras pueden parecer absurdas o erróneas sin adecuada explicación. En primer lugar corresponden a cálculos basados en la población total (7.339.546, dato provisorio del Censo de 1960). Además consideremos que una persona compra el diario, pero lo lee tres o cuatro. En el cine, en cambio, ve el espectáculo una persona. La radio la escuchan una o varias personas en forma simultánea, pero ignoramos en que promedio diario.

(1)

El cálculo se hizo sobre un total de 1.100.000 receptores, dato aproximado que estableció hace algunos años la Dirección de Servicios Eléctricos. El único dato cierto corresponde a una encuesta realizada para el Gran Santiago y que estableció la existencia de 1.5 receptores por familia.

(2)

Incluye casas con receptores y receptores secundarios en las mismas, departamentos de hoteles, receptores en negocios y en los automóviles.

(3)

No hay una evaluación exacta. El año pasado, con ocasión de la inauguración de las transmisiones del "Canal 9" de la Universidad de Chile, no hubo criterio uniforme para estimar el número de receptores en el Gran Santiago. Los cálculos variaron de 300 a 1.500; con seguridad el número es menor en provincias.

CARACTERISTICAS DE LOS DISTINTOS MEDIOS

Hay características comunes a los cuatro medios de información analizados; otras son particulares de uno o dos de ellos.

Desde el punto de vista del empresario, hay dos características comunes: la inversión y la publicidad.

En escala descendente, la mayor inversión y por consiguiente los mayores capitales los precisa el editor que funda un diario. Refiriéndonos a Horace Greeley, fundador del "Herald Tribune" de Nueva York, en 1841, el editor y articulista Arthur Brisbane manifestó:

"Si Horace Greeley volviese no podría fundar hoy un diario en Nueva York. Solo el dinero que tuvo y todo el que consiguiese en préstamo no alcanzaría para pagar la cuarta parte de una rotativa moderna".

En segundo término colocamos a la televisión, luego al cine y por último a la radiotelefonía.

En cuanto a la publicidad, la radio y la T.V. dependen por completo de ella para lograr su financiamiento. Los diarios y el cine, en cambio, comparten su financiamiento con el concurso de los lectores y los espectadores, respectivamente.

Desde el ángulo del consumidor, la radio y la televisión requieren una fuerte inversión previa en equipo. En oposición, los diarios y cines se cancelan cuando se desea su servicio.

Sin lugar a dudas resultará revelador un cálculo comparativo de "costo" de cada medio. Por ejemplo, con una inversión de medio millón de escudos, cuantos ejemplares de diario o funciones de cine se obtienen, o que calidad y duración tienen los receptores de radio y televisión.

Pasando a estudiar las características propias, tenemos que los diarios dependen del tiraje; este a su vez está condicionado a la densidad y alfabetismo de la población.

La radio depende del porcentaje de viviendas

electrificadas; en cuanto a su alcance, a la topografía del terreno y el poder del equipo transmisor.

El cine es en gran proporción un medio "transferido". Sólo requiere una adecuada densidad (sectores urbanos) para subsistir. En comparación, como si los diarios chilenos se compaginaran en Estados Unidos y se enviaran las páginas "cartoneadas" para hacer aquí sólo la impresión. De todos medios la impresión costará más que la proyección de la película en el cine.

La televisión, por problemas técnicos, tiene un alcance limitado; además una topografía accidentada como la nuestra dificulta la propagación de las ondas.

En Chile su desarrollo está "congelado". El Presidente Alessandri declaró que durante su mandato no autorizará la TV comercial. El alto costo de equipos y receptores es otro inconveniente. En Estados Unidos un receptor corriente cuesta entre 120 y 150 dólares, pero su internación al país está gravada por un depósito de importación de 1.500%.

Por razones técnicas, de acuerdo a las normas internacionales, Santiago podrá disponer de un máximo de 5 canales; en cambio hay 24 radiodifusoras, cifra que también puede considerarse como cercana al máximo permitido.

El criterio gubernativo respecto a la TV es acertado. En noviembre del año pasado, con ocasión de la inauguración del "Canal 9", el técnico Bartolomé Deneroga, que participó en la experiencia, nos declaró:

"La gente no pregunta cuanto vale un receptor, sino como pagarlo. En Venezuela se da el absurdo que en viviendas modestas, como nuestras poblaciones serranas, hay receptores de televisión. Desprecian buenas habitaciones por poseer un televisor."

LA PUBLICIDAD AUMENTA SU NIVEL

Si en el futuro se mantiene la curva ascendente de la inversión total en publicidad, esta última puede convertirse en el factor dinámico que impulse al periodismo y asegure su precario equilibrio económico.

Recurriremos de nuevo a estadísticas norteamericanas para señalar el abismo que nos separa en todo sentido:

	USA	CHILE
Ingreso medio per cápita (en dólares)	2.400	316
Inversión total en publicidad (en millones de dólares)	10.196	20
Inversión total en diarios (en millones de dólares)	5.120	6

Las cifras son significativas. El subdesarrollo publicitario es muy superior al general, pero por fortuna se observa una halagadora reacción. En Estados Unidos, en un lapso de 10 años (1948/58) la inversión aumentó en 109,5%, mientras que en Chile el aumento actual es casi el doble, en un año.

Para los mayores beneficios favorecen sin duda a los medios metropolitanos y en menor escala a los medios de provincia. Es decir, en proporción, está contribuyendo a hacer más ricas a las empresas ricas y más pobres a las empresas pobres. Es un nuevo y revelador índice que refuerza nuestro criterio en el sentido de que en el futuro se "expandirá" el periodismo de Santiago y se "contraerá" el periodismo del interior.

Analiquemos la composición de la inversión publicitaria en el país: (en millones de escudos)

	1959 (1)	1960 (2)
Agencias de publicidad (ACHAP) (3) ...	7.5	10
"Rifleros"	2.5	3
Medios directos	7	7
Total	17	20

(1) Las cifras corresponden a una estimación del profesor de Publicidad, Manuel Magallanes.

(2) El dato correspondiente a la ACHAP fue proporcionado por el secretario de la Asociación, Francisco Lizares. Las otras cifras son estimativas; el hecho concreto es la reducción de estos medios, que poco a poco son absorbidos por las agencias.

(3) La Asociación Chilena de Agencias de Publicidad (ACHAP) agrupa a las 24 principales agencias que existen en el país: 22 en Santiago, 1 en Valparaíso y 1 en Pueta Arenas.

Veamos como se distribuye esta inversión en los distintos medios y en comparación con Estados Unidos: (porcentajes en dinero y no en volumen)

Medio	USA-1948	USA-1958	CHILE (1)	
Diarios	36	30.6	33	35 (2)
Radios	12.7	6.0	33	30
Televisión	1.2 (3)	13.3	-	-
Revistas	19.5	7.6	10	
Direct mail	14.2	15.3	7	
Cine	-	-	10	
Vías públicas	-	-	7	
Diversos	18.3	19.6	-	
Total	92.9	92.4 (4)	100	65

LA PUBLICIDAD EN PROVINCIAS

Manuel Magallanes y Francisco Linares, en forma independiente, coinciden en valorar la publicidad en los medios metropolitanos y del interior. Mientras el primero distribuye la inversión en 60% y 40%, respectivamente, el segundo la divide en 50% para cada una.

Analizando el medio radio, Magallanes distribuyó el porcentaje de provincias dando 15% a Valparaíso, 5% a Concepción y 20% a las demás provincias en conjunto.

No hay unidad para "medir" la publicidad. Al respecto Francisco Linares expresó que "con la publicidad de una radio puede llenar "El Mercurio". Incluso en un mismo medio hay variaciones notables.

(1)

Los datos estimativos de la primera columna corresponden al profesor de Publicidad, Manuel Magallanes.

(2)

Los datos de esta columna fueron estimados por el secretario de la ACHAP, Francisco Linares; en el rubro diarios incluyó también las revistas.

(3)

La escasa publicidad de la TV norteamericana obedece a que el Gobierno no dejó que se expandiera hasta 1952. El dato corresponde a 1949, año en que se duplicaron las estaciones en relación al año anterior.

(4)

El total no alcanza a 100 porque desechamos otros tres medios que no alcanzan a totalizar 10%; son Business papers, Outdoor, y Farm papers (regional farm papers).

Para que las cifras no lleven a engaño, hay que recordar la desigual distribución numérica de los medios en Santiago y provincias. Al parecer el ingreso es similar, pero varía el número de beneficiarios y, consecuentemente, reciben menos en proporción:

	SANTIAGO	PROVINCIAS
Diarios	9	38
Rádios	24	74
Cines	108 (G.S.)	331

Limitemos nuestro enfoque al medio diario.

Los 6.000 millones se descomponen en 3.600 para Santiago y 2.400 para provincias. Divididos por los respectivos números de diarios, tenemos un promedio de 400 millones para un diario de Santiago y de 53.3 millones para un diario del interior. Esto, dando igual proporción a cada diario dentro de su medio.

Es dable suponer que "El Mercurio" de Santiago percibe más de 400 millones anuales por concepto de publicidad, como también es lógico pensar que "El Heraldo" de Linares tiene un ingreso muy inferior a 53.3 millones anuales por venta de espacio publicitario.

EL FUTURO DEL PERIODISMO Y LA COMPETENCIA

Heamos tardado en llegar a la esencia del problema que deseamos enfocar. ¿Qué porvenir tiene el periodismo nacional frente a la creciente competencia de la radio y los primeros balbuceos de la televisión, tanto en Santiago como en provincias?

A la luz de los antecedentes expuestos nos será fácil determinarlo.

En el momento actual, descartado el cine, la única competencia seria para el periodismo chileno es la radiotelefonía. Mientras el número de diarios se ha reducido desde 1932, las radionisoras aumentan en forma constante. De 2 emisoras en 1930, tenemos 38 en 1940, 54 en 1950, y 93 en 1960. ¿Continuará este fenómeno? En el interior es posible, pues en la capital ya se llegó a una saturación técnica.

La Asociación de Radiodifusoras de Chile (ARCHI), en un folleto publicado el año pasado con motivo del sesquicentenario de la Independencia (Guía de emisoras chilenas), expresa con grandes caracteres en la primera página: "Dondequiera que tu vayas, ahí está la Radio" y en las páginas interiores, al analizar la radiodifusión en Chile expresa que "Hasta en las más pobres viviendas, el receptor es infaltable."

Como propaganda, como golpe de efecto es magistral. Pero lo que la ARCHI cuida muy bien de comentar es que en el país apenas el 54,5% de las viviendas está dotada de alumbrado eléctrico. Este porcentaje corresponde al 77,4% en las zonas urbanas y el 14,9% en las zonas rurales donde incluso descendiendo en provincias como Talloé hasta un 0,9%. El promedio más alto corresponde a la zona urbana de Santiago, donde alcanza a 85,7%.

Es habitual oír a algunos periodistas, en especial de provincias, quejas sobre la competencia radial, a la cual atribuyen todos sus males.

Para conocer una opinión autorizada cedemos la palabra al desaparecido periodista norteamericano Arthur Brisbane, que comentó la situación antes que 4.000 radiodifusiones escuchadas en 159.200.000 de receptores compitieran como ahora con la prensa escrita estadounidense. Escribió Brisbane:

"Querer combatir a la radio sería una tontería y un fracaso, porque a la larga la radio favorecerá a los diarios."

"Muchos de los diarios que se quejan de la competencia de la radio y el cine no han advertido el hecho de que el verdadero problema radica en que ellos mismos se han quedado rezagados."

Por su parte William Randolph Hearst (h) dijo:

"La mayor ventaja de los diarios con respecto a la radio y la televisión es la permanencia; ... el diario posee dos ventajas importantes:

1. Se puede leerlo y examinar sus fotografías en cualquier rato libre, a discreción, mientras que con la

televisión hay que sentarse ante el receptor esperando que otra persona crea conveniente presentarnos lo que deseamos.

2. La palabra escrita es permanente y, además, se la puede releer en cualquier momento, sea por placer o para analizarla mejor, o bien para discutirla mentalmente."

En el caso de Chile, la prensa tiene la "ventaja" que no todas las viviendas están electrificadas. Pero hay otro factor decisivo y que posee un medio: el alcance de las radioemisoras.

Las emisoras santiaguinas más potentes (onda corta) tienen un alcance máximo de 500 kilómetros de radio. En teoría, el círculo situado dentro de la circunferencia límite es terreno de las emisoras; pero, en la práctica, su campo de acción se limita por la forma peculiar de nuestro territorio y lo accidentado del terreno. Por ejemplo, las radioemisoras más potentes de la capital no se captan en Valparaíso.

Este área de 500 kilómetros, con centro en Santiago, abarca de Coquimbo por el norte a Bio Bio por el sur; el área libre de ruidos e interferencias es de 100 a 150 kilómetros de distancia.

Para alcanzar a los extremos del país, las radioemisoras han instalado equipos de frecuencia modulada, onda que tiene un alcance mayor al de la onda corta.

Las emisoras de provincia tienen un alcance muy inferior y que oscila entre 15 y 100 kilómetros. Incluso en la capital hay emisoras poco potentes, como "La Reina", que tiene un alcance de 50 kilómetros.

En cuanto a publicidad, una de las fuentes de entradas de la prensa, lo ocurrido en Estados Unidos es interesante. A pesar del enorme incremento alcanzado por la TV que totalizaba hace tres años 546 estaciones y 50.300.000 de receptores, los diarios continúan aventajando por claro margen a los demás medios publicitarios.

Comparando prensa, radio y televisión, no hay duda que las dos últimas son las más similares. Entonces ocurrió el fenómeno lógico de que la TV desplazara a la radio; el impacto sufrido por la publicidad radial que, en diez

años disminuyó a la mitad, es digno de análisis.

Por ahora la TV chilena está en pañales. Creemos que si en pocos años se libera esta actividad de todas las trabas impositivas, su desarrollo será muy lento. Es posible que alcancen proporciones de importancia en Santiago y zonas vecinas, pero su difusión a todo el territorio nos parece muy lejano. Hay muchos trápicos y se requerirá una enorme inversión inicial para superarlos.

Concluimos que la prensa no será afectada por los otros medios informativos; si la afecta, será en forma beneficiosa. La competencia estará -creemos- dentro de la propia prensa: la lucha por la existencia entre los más fuertes y los más débiles.

¿DISMINUYE EN CHILE LA DEMANDA

POR MEDIOS DE INFORMACION?

o Hace ocho años se leía un 20% más de periódicos.

o Chile ahora exporta papel para periódicos; el consumo interno no varia.

o ¿Avanzaron la radio y el cine?

Un norteamericano consume 35 kilos de papel para periódicos al año; un chileno sólo 3,2 kilos.

"Sobre la base de estudios estadísticos, la Unesco estima que en América Latina la demanda de servicios de información se triplicará oca croces en los próximos quince años", manifestó Tor Gjeadal, Director del Departamento de Información de ese organismo, en el reciente Seminario sobre Medios de Información.

En Chile se acentua el fenómeno opuesto. La prensa, el principal medio de expresión, experimentó una concentración de un 20% en los últimos ocho años. Esta característica es más acentuada en provincias.

ANTECEDENTES

Analizaremos sólo el medio de información Prensa, por ser básicamente elemento informativo y el único sobre el cual hay datos estadísticos de relativa exactitud que permiten obtener conclusiones. (1)

Según la Unesco, Latinoamérica consume un promedio anual de 3,2 kilos de papel para periódico por habitante; en Europa Occidental el promedio sobrepasa los 10 kilos y en Estados Unidos fluctua alrededor de 35 kilos.

En nuestro país, el promedio de los años 1935/39 señaló un consumo de 3,7 kilos por habitante; en 1953 fue de 3,5 y en 1960 descendió a 3,2 kilos por persona.

¿Como se interpreta esta disminución, acentuada en los últimos años, del consumo por habitante?

Considerando, en teoría, que los diarios tienen igual número de páginas, significa que en la actualidad se leen menos diarios por cada 100 habitantes que en los ocho años precedentes. Pero hay otro factor que agrava el problema. A causa de la "concentración" de la prensa, el número de diarios que en 1932 era de 99 disminuyó en 1960 a 47. Además el incremento de la publicidad determinó un aumento de páginas en la mayor parte de los diarios chilenos; en proporción el aumento es mayor en los órganos más poderosos: los diarios metropolitanos.

(1)

Excluyendo la publicidad, estimamos que la prensa es informativa en un 50%; la radio en un 10% y el cine en menos de un 5%.

Esto significa que con igual cantidad de papel se obtiene un menor número de ejemplares. Sería interesante, disponiendo de los antecedentes necesarios, realizar una evaluación exacta de este fenómeno.

La Unesco, ignoramos con que base, estimó el tiraje total de los diarios chilenos (1952) en 465.000 ejemplares; en 1956 hizo aumentar esta cifra a 769.000 ejemplares diarios. Un cálculo aproximado, basado en datos obtenidos para realizar este trabajo, nos hizo estimar el tiraje diario actual en 500.000 ejemplares.

Suponiendo que el último dato de la Unesco esté abultado y considerando que el tiraje total se mantuvo estable, habrá un debilitamiento de la relación diario-habitante en virtud del ritmo de crecimiento de la población, que alcanza a un 2.5% anual.

Analizando el problema desde otro punto de vista, concluimos que la "expansión" de los diarios metropolitanos es menor a la "contracción" de los órganos del interior. Basamos nuestro argumento en el constante aumento de circulación de los diarios de Santiago; en el año 1957, los nueve diarios que se editan en la capital vendieron en Santiago un total de 71.739.647 ejemplares, cifra que en 1960 alcanzó a 79.506.095 ejemplares. En consecuencia al aumentar la circulación y el número de páginas, debería aumentar el consumo de papel; las estadísticas demuestran lo contrario.

¿ CUAL ES LA ESENCIA DEL PROBLEMA ?

Es preciso realizar un análisis exhaustivo para no engañarse con datos parciales. Por ejemplo, que valor tiene que "El Mercurio" de Santiago tire los domingos más de 170.000 ejemplares, cuando en conjunto se debilita año a año la relación diario-habitante.

Llevando el raciocinio al absurdo, supongamos que los 9 diarios metropolitanos se expandan a tal punto que desaparezcan los diarios del interior; que "El Mercurio" alcance la circulación del New York Times. En tal caso, si la circulación conjunta de los 9 diarios de Santiago no supera el actual tiraje de los 47 diarios chilenos, el progreso será nulo.

Por esto resulta desconcertante comprobar como en el Seminario sobre Medios de Información, el Presidente del Consejo Nacional del Colegio de Periodistas, René Silva Espejo, destacara que Chile aumentó su producción de papel de diarios de 20.000 toneladas métricas en 1957 a 49.000 toneladas métricas en 1959. El subdirector de "El Mercurio", llevado por su entusiasmo, omitió plantear el problema básico que afecta al periodismo nacional:

Chile consume la misma cantidad de papel para periódicos que hace ocho años. El crecimiento vegetativo de la población, en el mismo lapso, fué de 20%; en consecuencia hay un grave debilitamiento de la relación diario-habitante.

Para los periodistas, aparte de felicitarse porque nuestra balanza de pagos se fortalezca al transformarse Chile de importador en exportador de papel, el fenómeno carece de importancia.

Es mucho más importante analizar porqué está estagnado el consumo de papel para periódicos y disminuye el número de ejemplares por cada 100 habitantes. Acentúa la gravedad de la situación comprobar que en América Latina ocurre el fenómeno inverso; es decir, no estamos en presencia de un fenómeno continental sino nacional.

Con los elementos de juicio de que disponemos resultaría aventurado una afirmación categórica para determinar la causa del fenómeno; nos contentaremos a formular algunas hipótesis.

Avance de la radio y el cine? Esto puede valorarse por el aumento de radionisoras y salas cinematográficas. El público puede preferirlas en virtud de la ley del menor esfuerzo. Además las nuevas generaciones se acostumbran desde la infancia a informarse a través de la radio. En este sentido, las radionisoras han disminuido su programación destinada a entretener, ^{ahora} incluyendo programas de carácter periodístico (información y comentario).

Otras posibles causas se refieren a la prensa. Entre ellas, el alto costo del ejemplar de diario en relación al ingreso medio per cápita; la orientación errada y el retroceso en la calidad periodística.

El aumento del nivel educacional en la capital, en desmedro de las ciudades del interior a consecuencia del centralismo; la saturación de las áreas urbanas y la transformación de la prensa, de medio local o provincial en medio nacional, también deben considerarse.

Otras razones pueden ser de tipo psicológico, como el rechazo ante el creciente carácter negativo o pesimista de la mayor parte de las informaciones. También el carácter complejo de los diarios y su excesivo volumen; esto explica el éxito de las revistas, que presentan los hechos en forma condensada y más atractiva.

El estagnamiento o disminución del nivel educacional promedio de la población, el acelerado ritmo de vida que reduce el tiempo disponible que puede dedicarse a la lectura, también merece considerarse.

Lo más probable es que el fenómeno sea resultante de la combinación de varios de los factores expuestos.

LA CONCENTRACION DE LA PRENSA

¿Es independiente
la prensa chilena?

- o "El Mercurio" consume más papel que tres países sudamericanos en conjunto.
- o De la concentración "ideológica" a la concentración "económica".
- o La prensa católica-conservadora+liberal.
- o El drama de Antofagasta.
- o Las revistas chilenas las edita el ... Banco de Chile.
- o La Sociedad Periódica del Sur ... y del Norte.
- o El "diario de los ganaderos".

La Empresa "El Mercurio" S.A.P. utiliza en el año un total de 16.680 toneladas métricas de papel para periódicos, que equivalen a la mitad del consumo total del país.

Es superior al consumo conjunto de Bolivia, Ecuador, Guayana Británica, Paraguay y Surinam.

La Empresa "El Mercurio" S.A.P. edita 5 diarios. En Bolivia, Ecuador, Guayana Británica, Paraguay y Surinam aparecen 39 diarios.

La totalidad de las revistas chilenas de circulación nacional se editan en Santiago. De los 21 semanarios más importantes, 16 se imprimen en los talleres de la Empresa Editora Zig-Zag S.A.; 8 son propiedad de esta empresa.

En la provincia de Antofagasta, la Sociedad Chilena de Publicaciones y Comercio S.A. controla toda la prensa y la mitad de las radioemisoras; es decir, los dos medios de información más importantes.

La Iglesia Católica "controla" o "influye" en 12 diarios chilenos, desde Iquique a Punta Arenas; corresponden al 25% de la prensa nacional, excluyendo periódicos y revistas.

Estos son algunos ejemplos aislados del fenómeno de la "concentración" de la prensa y, en general, de los medios de información. En fecha reciente Ricardo Lagos dió a publicidad su interesante obra "La concentración del poder económico", donde analiza en forma global la estructura económica chilena y da un vistazo somero a sus efectos sobre los medios de expresión.

Analizando con mayor profundidad las características de la prensa nacional, tanto de la capital como de provincias, observamos que la tendencia a la concentración no es un fenómeno reciente, sino observable en la segunda mitad del siglo XIX. La diferencia reside en la finalidad; mientras el fenómeno actual reviste caracteres de concentración económica, antes se trataba de obtener una concentración ideológica. Incluso en casos aislados, como en el que analizamos al estudiar el periodismo porteño (Segunda parte), el editor Santos Tornera, por ejemplo, decidió editar "El Mercurio de

Provincias", rebajar el valor del número suelto y de las suscripciones, sin otra finalidad que la prensa también alcanzara a quienes se veían "privados de la lectura por el subido precio de los diarios".

Pero este fué un caso aislado. En general se trataba de controlar la opinión pública, difundir ideas, y no ganar dinero como parece ser ahora el norte de la mayor parte de las empresas periodísticas chilenas.

Para enfocar en forma adecuada la concentración del periodismo chileno es preciso realizar un análisis conjunto. Incluso decidimos incorporar a nuestro estudio las revistas de circulación nacional y que, en forma intencional, marginamos al establecer que todas se editan en la capital.

LA TRANSFORMACION DE LA CONCENTRACION

La concentración ideológica del pasado y la concentración económica del presente no son fenómenos independientes. Están ligados en forma estrecha y se advierte en ellos una paulatina evolución hasta alcanzar la forma actual.

Para mayor claridad un ejemplo. Analizaremos el grupo controlado o influido por la Iglesia Católica y el Partido Conservador.

Históricamente la base de este grupo es el diario "La Unión" de Valparaíso, fundado en 1885. Dos años antes el presbítero Esteban Muñoz Bonoso había fundado "El Chileno" en Santiago, pero a pesar de su orientación similar ambas publicaciones continuaron su labor en forma independiente.

En 1903 "La Unión" y "El Diario Ilustrado" acuerdan una "fusión periodística". Este último había sido fundado por Ricardo Salas Edwards en marzo del año anterior.

Durante tres años ambas publicaciones aprovecharon sus respectivos servicios de corresponsales y se intercambiaron material de redacción. La situación se hizo insostenible al acercarse la campaña presidencial; el Partido Conservador se dividió en dos bandos y mientras "La Unión" apoyó a Fernando Lázcano, "El Diario Ilustrado" se inclinó por Pedro Montt.

"La Unión" continuó sola poco tiempo. El 9 de octubre de 1905 aparece "La Unión" de Santiago, continuación del periódico "El Porvenir". Dos días más tarde se funda "La Unión" de Concepción; por último, el 18 de setiembre de 1912 aparece "La Unión" de Punta Arenas.

Era una cadena férrea, homogénea y que en apariencia desapareció. "La Unión" de Santiago dejó de editarse el 1º de agosto de 1920; la edición de Concepción desapareció el 22 de setiembre de 1922, y la edición de Punta Arenas suspendió su aparición en octubre de 1935, cuando un incendio destruyó sus talleres.

Sin embargo, lejos de debilitarse, la prensa católica y conservadora se robusteció. Se multiplicó y por este en apariencia no existe.

"La Unión" de Valparaíso era propiedad del arzobispado de Santiago; al crearse el obispado pasó en 1918, pasó a formar parte de su patrimonio. Como el diario no fuera negocio y el obispado carecía de medios para continuar su publicación, en 1925 lo arrendó a Fernando Silva Maquieira y Rafael Urrutia. Este último se retiró al poco tiempo y el diario fue explotado por Fernando Silva; a su muerte continuaron su esta labor sus hijos, constituyendo la sucesión Silva Carvallo en 1934. Desde 1941 dirige "La Unión" de Valparaíso, Alfredo Silva Carvallo.

"El Diario Ilustrado" pertenece a La Sociedad Periodística de Chile S.A. Imprensa Editora. Entre los accionistas figura el director de "La Unión". Para que no quepa duda de su vinculación directa con la Iglesia Católica, entre los propietarios de acciones se cuentan: Conventos de los Dominicos, Carmelitas, Jesuitas; Santo Domingo, San Agustín, Congregación del Verbo Divino; Monjas del Sagrado Corazón, Agustinas, Carmelitas, y de la Buena Esperanza; Monasterio del Carmen de San José y el Seminario de Santiago.

En Concepción la Iglesia y el Partido Conservador tienen ingerencia en "La Patria", continuación de "La Unión" penquista y, en general, en todos los diarios de la Sociedad Periodística del Sur S.A. (Sopesur).

Las maquinarias de "La Patria" pertenecen al

Arzobispado de Concepción. Entre los accionistas de Sopesur figuraa: Sociedad Periodística de Chile S.A. (El Diario Ilustrado); Joaquín Friete Goncha, un fuerte accionista y en la actualidad vicepresidente de la Sociedad editora de "El Diario Ilustrado"; el Arzobispado de Concepción y el Obispado de Valdivia; incluso, años atrás era accionista el propio arzobispo y actual rector de la Universidad Católica, monseñor Alfredo Silva Santiago.

De acuerdo a lo anterior, la Iglesia "influye" en "La Patria", "El Diario Austral" de Temuco, "El Correo de Valdivia", y "La Prensa" de Osorno.

Este año extendió su acción a la zona norte. Con la incorporación de "El Terapacá" de Iquique a la cadena de Sopesur, la Iglesia Católica conquistó un vocero inesperado en el Norte Grande, zona de tendencia izquierdista.

La empresa editora "El Día", que publica el diario homónimo en La Serena aparece como perteneciente a Antonio Puga Rodríguez, director-editor. Sin embargo, los edificios y maquinarias de la empresa son propiedad del Arzobispado de La Serena. Como es lógico, el diario es de tendencia católica. Desde el 12 de febrero de este año, en los talleres del matutino "El Día" se editan dos publicaciones gemelas; son "La Prensa" de Copiapó y "La Prensa" de Valparaiso.

Estos dos vespertinos son compuestos e impresos en los talleres de La Serena; contienen el mismo material de "El Día" excepto una "página de cambio" con informaciones locales. Es otra muestra de la tendencia a "concentrar" las empresas. Centralizando la impresión en un taller, se reducen los gastos. Los diarios se envían por vía terrestre a Copiapó y Valparaiso, distantes 345 y 195 kilómetros, respectivamente.

En el extremo sur la Iglesia Católica "influye" en "El Llanquihue"; el obispado de Ancud es propietario del interdiario "La Cruz del Sur" de esa ciudad. Por último "influye" en "La Prensa Austral" de Punta Arenas, diario que se edita en el antiguo edificio y talleres de "La Unión". A pesar que la Iglesia no figura como accionista de la Empresa de Publicaciones "La Prensa Austral" S.A., el edificio, talleres y parte de la maquinaria que fué reconstruída, son

arrendados a la Congregación Salesiana de Punta Arenas.

En resumen, del control absoluto de las cuatro "Uniones", la Iglesia Católica y el conservantismo "controlan" o "influyen" en la actualidad en 12 diarios desde Iquique a Punta Arenas; más del 25% de la prensa nacional.

SIMBIOSIS POLITICO-ECONOMICAS

Es curioso observar como doctrinas distintas, como son conservantismo y liberalismo, participan en negocios comunes.

El caso típico es el de la Sociedad Periodística del Sur S.A. En el Consejo Directivo aparece como consejero Sergio Sepúlveda Garcés, con fuertes intereses en la sociedad, y senador por la Novena Agrupación Provincial en representación del Partido Liberal. Sepúlveda fué antes Presidente del Consejo de Sopesur para "La Prensa" de Osorno; en esa ciudad fué presidente del PL y, por cuatro períodos, Vicepresidente nacional de dicha colectividad política.

Además figuran como consejeros los actuales diputados del PL, Nicanor Allende Urrutia y Fritz Hillmann Suarez, que integran el Consejo Directivo de la sociedad en representación de Valdivia y Temuco.

Entre los accionistas más poderosos de Sopesur figuran importantes firmas de indudable filiación liberal, como la Compañía Cervecerías Unidas y diversas compañías de Seguros que, en forma indirecta crean un vínculo con la familia Edwards y la Empresa "El Mercurio" S.A.P. Para dar una visión esquemática de Sopesur, he aquí la nómina de los accionistas más representativos: Compañía Carbonífera e Industrial de Lota, Compañía Carbonífera y de Fundición Schwager, Compañía Nacional de Seguros "La Sud América", Compañía Naviera Haverbeck y Skalweit S.A., Williamson, Balfour y Cia. Ltda., Banco de Osorno y La Unión, Compañía Chilena de Tabacos, Ferial La Rural S.A., Gildemeister y Cia. Ltda.

EL DRAMA DE ANTOFAGASTA

La Sociedad Chilena de Publicaciones y Comercio S.A., es editora de los dos diarios de Antofagasta y pro-

pietaria de tres de las siete radioemisoras de la provincia. Tiene un capital de E\$ 135.000, dividido en 13.500 acciones; 13.340 acciones pertenecen a la Compañía Salitrera Anglo Lautaro.

Esta sociedad anónima, en teoría, no gana ni pierde dinero; es un ítem. Sin embargo, en el último ejercicio 1959/60 vendió 4.515.760 ejemplares de "El Mercurio de Antofagasta" y de "La Prensa de Tocopilla"; a esto se agregan 9.433 columnas de avisos, que en conjunto fueron la base para una utilidad de E\$ 27.723.39.

En 1951 la Sociedad acordó ampliar sus actividades. En forma simultánea, el 19 de diciembre de ese año comenzaron a transmitir CA-109 Radio "Toco", de Tocopilla; CA-70, Radio "Coya", de María Elena; y CA-135 Radio "Panxa", de Pedro de Valdivia. Las tres emisoras tienen sus estudios en la oficina salitrera María Elena.

Una característica que parece generalizarse en las "cadenas" consiste en editar páginas comunes a dos o más publicaciones. "La Prensa de Tocopilla" es "El Mercurio de Antofagasta" al cual se le cambian la portada y contraportada; el diario se edita en Antofagasta y se despacha en camión, de madrugada, a Tocopilla, distante 190 kilómetros.

EL "DIARIO DE GOBIERNO"

Por lo general se considera a "La Nación" como el diario del Gobierno. En la práctica lo controla, pero también hay otros vínculos y contactos en juego.

El capital de la Empresa Periodística "La Nación" S.A. se compone de 34.400 acciones preferidas y 64.000 acciones ordinarias. De estas, el Fisco posee 4.152 acciones preferidas y la totalidad de las acciones ordinarias.

Otros accionistas son Knut Herud Holt y Eilert Herud Meier, que totalizan 15.840 acciones preferidas y que en definitiva pertenecen a la Sociedad Iver Lang y Cia. S.A., de Oslo, Noruega. También son accionistas Davisco S.A.C., la United Press International, la Compañía Chilena de Electricidad y la Compañía de Consumidores de Gas.

Consejero de esta empresa, por ejemplo, es

Fernando Durán Villarreal, abogado de la Sociedad Explotadora de Tierra del Fuego, Director de la Compañía Chilena de Electricidad, miembro del Partido Conservador, y redactor del vocero católico "La Unión" de Valparaíso.

"La Nación" la fundaron en enero de 1917 cuatro senadores liberales: Bruna, Escobar, Gatiwa y Yañez. Años más tarde el diario fué propiedad exclusiva del senador Elódoro Yañez.

En 1927, durante el primer gobierno de Ibañez, el Ministro Pablo Ramírez realizó una gestión por la cual se obligó a Elódoro Yañez a vender "La Nación" al Fisco.

El 26 de julio de 1931 el diario dejó de editarse, nombrándose una junta para su liquidación.

El 4 de junio de 1932 se produjo la Revolución Socialista. Carlos Dávila, ex director del diario, ordenó reabrirlo. La empresa venía en enormes deudas y su segunda etapa comenzó en pésimas condiciones económicas.

Al año siguiente el Presidente Arturo Alessandri designó a Cornelio Saavedra Montt para que liquidara la empresa. Pero Saavedra acordó con Gustavo Ross, Ministro de Hacienda, formar una sociedad anónima en la cual los acreedores pasaran a ser accionistas. De este modo se formó la actual sociedad mixta entre el Fisco y el capital privado. A Iver Bang y Cia. S.A. se le adeudaba papel; a Davis y Cia. maquinaria gráfica; a la United Press Associations, servicio cablegráfico; electricidad y gas a las empresas respectivas.

De acuerdo a los estatutos, el Consejo de "La Nación" lo componen cinco miembros. Dos representantes del Estado y dos del capital privado; el quinto, el Presidente, es elegido por los otros cuatro. En la práctica lo designa el Presidente de la República, limitándose los consejeros a respetar su voluntad.

LA "CONCENTRACION" DE LAS REVISTAS

La Empresa Editora Zig-Zag S.A., de acuerdo a su última memoria, edita las revistas "Zig-Zag", "El Intrépido Peneca", "Don Fausto", "Confidencias", "Ecran", "Vea", "Rosita" y "Okey", además de otras veinte que se imprimen en

sus talleres.

"Ercilla" en la práctica es editada por Zig-Zag, que posee el 60% de las acciones de la Empresa Ercilla S.A. Comercial y Editora.

El capital de Zig-Zag se divide en 22.000.000 de acciones. Los principales accionistas son las señoras Madeleine Toché de Infante y Guislaine Helfmann de Astaburuaga, que poseen 5.513.806 y 4.210.636 acciones, respectivamente; el Banco de Chile totaliza 4.600.000 y La Cooperativa Vitalicia tiene 1.428.221.

LAS CADENAS FAMILIARES

La Empresa "El Mercurio", con actividades en Valparaíso y Santiago, es el prototipo de la sociedad anónima familiar. Es también la empresa más estable; su incremento no deriva de la incorporación de nuevos bienes sino de la mejor y más intensiva explotación de los que posee.

Incluso hay una reducción geográfica. Editó de 1906 a 1925 "El Mercurio" en Antofagasta y de marzo de 1910 a noviembre de 1911 "El Mercurio" en Valdivia. El primero fué vendido en \$ 250.000 a la actual sociedad editora, mientras que el segundo dejó de editarse.

Sin embargo, la circulación global de los diarios de la empresa aumenta año a año. Las ventas de "El Mercurio", "Las Últimas Noticias" y "La Segunda", en Santiago, totalizaron 31.001.677 de ejemplares en 1957; en 1960 totalizaron 34.299.608.

Dos personas jurídicas constituyen la "lista de accionistas" de la Empresa "El Mercurio" S.A.P. La Sucesión Agustín R. Edwards posee 87.842 acciones y la Compañía de Inversiones Mobiliarias e Inmobiliarias "Tierra Amarilla" S.A. tiene 39.408 acciones; en conjunto totalizan las 127.250 acciones que forman el capital de la empresa.

"Tierra Amarilla" es una sociedad anónima autorizada por Decreto Supremo de julio de 1958. Su lista de accionistas incluye sólo tres personas: Agustín Edwards Eastman con 215.000 acciones; Roberto Edwards Eastman con 3.000 y Sonia Edwards Eastman de Berthet con 2.000 acciones.

"El Mercurio" es la empresa periodística chilena con mayor capital; incluso supera a Zig-Zag. Sus ramificaciones son numerosas; es el principal accionista de "Tintas Gráficas" S.A. y está ligado a "La Chilena Consolidada", la Compañía Carvecerías Unidas, el Banco de A. Edwards y Cia., la Compañía Agrícola S.A., la Compañía de Gas de Santiago y otras empresas.

En total posee seis prensas rotativas; una idea del capital invertido lo da el avalúo de la prensa HOE instalada en sus talleres de Compañía y Morandé, en Santiago: B° 880,293,16.

Otra cadena familiar la formaban los llamados "diarios de Osvaldo de Uastro", editados por la Sociedad de Publicaciones "El Tarapacá" S.A. Eran "El Tarapacá" de Iquique, "El Amigo del País" de Copiapó, "El Noticiero Huasquino" de ValLENAR, "El Día" de La Serena, y "El Debate" de Santiago.

Esta cadena, de vida languidescente, desapareció con fecha 30 de enero de este año. En mayo de 1959 dejó de editar "El Debate"; en fecha reciente vendió "El Tarapacá" de Iquique a la Sopesur; en cuanto a los otros tres diarios, terminó el contrato de arrendamiento con el arzobispado de La Serena. En esa ciudad, en los talleres de "El Día", editaba ese matutino y "El Amigo del País", de Copiapó y "El Noticiero Huasquino", de ValLENAR.

"El Día" continúa apareciendo editado por otra sociedad que reemplazó "El Amigo del País" y "El Noticiero Huasquino" por dos diarios gemelos.

También mencionaremos al Diario "El Sur" S.A., que si bien no puede considerarse como "cadena", es una sociedad bastante ramificada. En la actualidad edita "El Sur" y "Crónica" en Concepción; hasta agosto de 1954 publicó "El Sur de Temuco", diario que alcanzó a publicarse casi 10 años.

"El Sur" S.A. pertenece a la familia Lamas, emparentada con las familias Castellón y Maira, antiguas propietarias de la empresa. El principal accionista es Aurelio Lamas Benavente.

Hasta 1957 el diario estuvo vinculado en forma directa con la Sociedad Agrícola del Ancoa Ltda., propietaria en Linares de los fundos San Antonio de Ancoa, El Melado y Botacura. Aunque no hay vínculo legal, en la práctica subsiste este gran respaldo económico.

El año pasado el directorio de "El Sur" aprobó una inversión en la Sociedad Cinematográfica de Chile Ltda. (Cineam).

EL DIARIO DE LOS GANADEROS

Por último en Punta Arenas encontramos la Empresa de Publicaciones "La Prensa Austral" S.A. constituida por sociedades ganaderas. En la práctica el diario "La Prensa Austral" pertenece a la Sociedad Explotadora de Tierra del Fuego (SETF), poseedora de 1975 acciones ordinarias, de un total de 4.400, y de 2.665 acciones preferidas, de un total de 4.367.

Como "El Mercurio de Antofagasta" para la Compañía Salitrera Anglo Nautaro, "La Prensa Austral" es para la SETF un ítem. La diferencia reside en que el diario puntarenense dejó pérdida año a año, desde su fundación en 1941 hasta 1959.

La penúltima memoria lo establece al afirmar: "Por primera vez en la historia de la Sociedad se consigue obtener utilidad en un ejercicio financiero..."

Aparte de "La Prensa Austral", la SETF controla dos de las tres radioemisoras de Punta Arenas: CD-89 Radio "Polar", en combinación con La Cooperativa Vitícola, y CD-136 Radio "La Voz del Sur".

Es otro ejemplo de simbiosis liberal, conservadora y católica.

¿ ES INDEPENDIENTE LA PRENSA NACIONAL ?

Resumiendo lo expuesto, donde analizamos de manera superficial las vinculaciones entre las distintas empresas, podemos concluir que son escasos los diarios chilenos con relativa independencia. En cuanto a los otros, en el fondo no existe variación y la mayoría están vinculados con la Iglesia

Católica y los partidos Liberal y Conservador.

Esta hegemonía es mucho más evidente en algunas regiones del interior, como Ataraya-Coquimbo, Cantía-Chilés, donde es la práctica constituyen la única prensa.

De acuerdo a los factores socioeconómicos analizados, son las provincias alejadas de la metrópoli y aquellas económicamente poco desarrolladas donde se acentuará el predominio de los "grupos" y "cadenas"; si no acontece una reestructuración económica -poco probable con el actual Gobierno- este grave fenómeno de la concentración ideológico-económico proseguirá acentuándose sin ningún tropiezo.

PREGUNTAS Y RESPUESTAS

- Q Un tercio de la población de Santiago nació en otras provincias.

¿Porqué las informaciones del "interior" son tan débiles?

- Q "El Mercurio" edita 100.000 ejemplares y "pierde" dinero.

¿Como el New York Times obtiene utilidad lanzando 600.000 ejemplares?

- Q En Chile la base del periodismo son los diarios "nacionales".

¿Porqué en los Estados Unidos hay un 60% de los diarios en ciudades menores de 25.000 habitantes?

- Q Los consejos directivos de las empresas periodísticas chilenas los componen personas ajenas al periodismo.

¿Quiénes los integran en Estados Unidos?

En Santiago viven más de 600.000 chilenos nacidos en otras provincias del país; en 1952 totalizaban el 32% de la población y la proporción tiende a aumentar.

Los diarios metropolitanos cada día distribuyen mayor número de ejemplares en el interior, pero en cambio las informaciones de "Interior" o "Provincias" cada vez son más limitadas.

Los tabloides en la práctica carecen de esta sección; en parte se justifica por lo reducido del formato. En los diarios de formato standard esta sección no tiene ningún interés y en su casi totalidad corresponde a material de relleno.

¿No acontece nada importante en las otras veinticuatro provincias del país?

Sin duda, pero... por lo general los diarios no tienen corresponsales o si los tienen, son personas de escaso criterio y menos laboriosidad. Más de la mitad del material para la sección se obtiene de los "canjes", con varios días y a veces semanas de atraso.

Como es la sección más despreciada, por lo general dicha página se compagina al último y cumple la función de "fuelle". Es decir, la cantidad de material está condicionada a las disponibilidades de espacio de las otras secciones.

Estimamos que lo que ocurre es erróneo. De los nacidos en provincia, muchos están en Santiago en forma transitoria, otros mantienen relaciones con su provincia de origen y, por último, siempre subsiste un vínculo afectivo con la zona en que se residió con anterioridad. Incluso un provinciano, por espíritu competitivo o de emulación, se interesa más que el santiaguino por conocer la realidad de otras provincias distintas a la suya. Por ejemplo, a un antofagastino le preocupará en mayor grado que a un santiaguino cualquier noticia referente al yacimiento cuprero de El Teniente, en O'Higgins, y que relacionará de inmediato con Chuquicamata, en Antofagasta.

Es un factor proximidad que opera de modo indirecto, a la distancia.

En Estados Unidos, de los 1.786 diarios, 1.643 se publican en ciudades con población inferior a 25.000 habitantes; en conjunto totalizan alrededor de 7.000.000 de ejemplares de circulación.

"Aunque su circulación total -dice un informe de la Unesco- es sólo la mitad de la de los periódicos publicados en ciudades de más de 1.000.000 de habitantes, pueden, en razón de su número y de la influencia que ejercen, quizás considerarse como elemento básico de la prensa cotidiana."

"Debido en gran parte a las condiciones geográficas, no existe ningún diario que sea verdaderamente nacional..."

La estructura de la prensa norteamericana se ha invertido en Chile... a pesar que con mayor razón por las condiciones geográficas no debería existir ningún diario nacional.

La respuesta está en la progresiva hipertrofia del territorio e inversiones de la capital. En 1907 el Gran Santiago tenía el 10% de la población; en 1952 alcanzaba a totalizar el 23% de los habitantes del país.

Estados Unidos tiene un gobierno basado en un régimen federal; Chile posee un gobierno unitario centralista.

o o o

En Chile, la publicidad se cotiza por centímetro de columna; en Estados Unidos por línea de columna. (1)

Los diarios norteamericanos basan su financiamiento en la publicidad; en Chile, muchos diarios dependen del tiraje.

Las tarifas en Chile varían de \$ 0,10 en pequeños diarios del interior a \$ 1,00 ó \$ 2,00 en "El Mercurio" de Santiago. Un promedio aproximado son \$ 0,60 por cm. de col.

(1)

La base de la cotización parece ser la línea de cuerpo 6/6; para establecer una comparación, pueden calcularse cinco líneas por centímetro de columna. Es decir, para igualar valores, la tarifa chilena hay que multiplicarla por cinco.

En Estados Unidos el New York Times cobra de US\$ 1.85 a 2.15 por línea, en días hábiles, con un tiraje de 614.000 ejemplares; cada diario se vende a US\$ 0.05. Los domingos cobra US\$ 2.40 a 2.67, con una circulación de 1.254.000 ejemplares a US\$ 0.25 cada uno.

El matutino Star, que se publica en Lincoln, población de 125.000 habitantes en el estado de Nebraska, cotiza a US\$ 0.28 la línea. Tiene un tiraje de 24.000 ejemplares y se vende a US\$ 0.07 y 0.15 en días hábiles y domingos, respectivamente.

El Emporia Gazette, de Emporia, Kansas, localidad de 15.800 habitantes, cobra US\$ 0.09 por línea. Tiene una circulación de 8,500 ejemplares.

o o o

En Estados Unidos los consejos directivos de las empresas periodísticas están compuestos de periodistas.

En Chile, los directorios de las sociedades anónimas periodísticas, están constituidos por personas de las actividades más diversas; los periodistas son una minoría.

En el pasado y presente del periodismo norteamericano han orientado o dirigido empresas, periodistas destacados como Joseph Pulitzer, James Gordon Bennett, E.W. Scripps, William Randolph Hearst, Roy W. Howard, Arthur Hays Sulzberger, John S. Knight, Robert R. Mc Cormick.

Las empresas periodísticas chilenas son orientadas por personas ajenas a la función periodística; por ejemplo, Fernando Claro Salas es Presidente del Consejo de la Empresa "La Nación"; Alejo Lira Infante preside la Sociedad Periodística de Chile ("El Diario Ilustrado"); Jorge Vidal de la Fuente es Presidente de la Sociedad Chilena de Publicaciones y Comercio ("El Mercurio de Antofagasta"); Agustín Edwards Eastman preside el Consejo de "El Mercurio".

Fernando Durán Villarreal, en "La Nación", Agustín Billa Garrido y Carlos Reyes Corona, en "El Mercurio de Antofagasta", son los tres únicos periodistas que integran consejos en las sociedades periodísticas chilenas.

ESTADISTICOS

- o En 30 años el paquete de cigarrillos subió 75.500 veces.
En 30 años el ejemplar de diario subió 17.330 veces.
- o La mitad de los diarios chilenos tienen una circulación local.
- o Cinco provincias no tienen diarios.
- o Once diarios se componen "parando tipo".
- o Dieciséis diarios se imprimen en prensa plana.
- o Catorce diarios sólo contienen informaciones locales.

1940	1945	1950	1955	1960	Indice (2) comparativo
1.87	4.20	9	44.35	180	20.000
10.84	18.19	43.77	393.46	1.264	36.000
2.28	4	12.46	66.36	267	32.175
0.30	0.80	2.89	18.53 (3)	151 (4)	75.500
90	234	471.67	4035	13.873	35.120
1.25	1.25	1.95	5.87	38.59	3.820
0.49	0.91	2.42	16.04	52	17.330
0.20	0.40	1.24	6.60	29.37	14.690
3.20	4.40	0	26.25	312	14.840
500 (7)	1320	3.800	18.400	66.180 (8)	

Apreciación .- Los números índices permitieron establecer una escala única para comparar con exactitud las alzas de artículos tipos en los distintos grupos.

Resulta evidente que el precio del ejemplar de diario es uno de los valores que en proporción se mantiene más estable en el lapso analizado.

Al final insertamos los sueldos vitales para Santiago, de acuerdo a estadísticas de la Dirección General del Trabajo. Su comparación con el respectivo precio del ejemplar de diario demuestra que el sueldo vital aumentó en mayor proporción que el periódico; en consecuencia, en la actualidad el habitante medio tiene mayores posibilidades económicas para adquirir un ejemplar que hace dos décadas.

Esta última observación sirve para desvirtuar la aseveración que señala al elevado precio de los diarios como factor preponderante en la disminución de las ventas de las empresas periodísticas.

1ª Categoría: diarios de circulación nacional

Clarín	Santiago
El Diario Ilustrado	"
El Mercurio	"
El Siglo	"
La Nación	"
La Tercera de la Hora	"

2ª Categoría: diarios de circulación regional

Las Noticias de Última Hora	
La Segunda	
Las Últimas Noticias	
El Sur	Concepción
El Diario Austral	Tamuco

3ª Categoría: diarios de circulación provincial

El Mercurio de Antofagasta	
El Día	La Serena
El Mercurio	Valparaíso
La Estrella	"
La Unión	"
La Prensa	Curicó
La Mafians.	Taica
La Discusión	Chillán
Erónica	Concepción
La Patria	"
El Correo de Valdivia	
La Prensa	Osorno
El Llanquihue	Puerto Montt
El Magallanes	Punta Arenas
La Prensa Austral	" "

4ª Categoría: diarios de circulación local

Concordia	Arica
El Tarapacá	Iquique
La Estrella de Chile	"
La Prensa de Tocopilla	
El Día	Copiapó
La Prensa	"
La Prensa	Vallenar
El Norte	Coquimbo
El Regional	"
La Provincia	Ovalle
El Trabajo	San Felipe
La Aurora	Los Andes
La Prensa	" "
Crítica	Rancagua
El Rancagüino	"
El Heraldó	Linares
La Provincia	"
Las Noticias	Los Angeles
La Tribuna	" "
El Diario de Malleco	Angol
La Unión	La Unión

<u>Diario:</u>	<u>Ciudad:</u>	<u>Tiraje:</u> (días)	
		<u>hábiles</u>	<u>domingos</u>
<u>Tarapacá:</u>			
Concordia	Arica	2.500	
El Tarapacá	Iquique	1.600	
La Estrella de Chile	"		(1)
<u>Antofagasta:</u>			
La Prensa de Tocopilla	Tocopilla	2.000	
El Mercurio de A.	Antofagasta	10.000	(2)
<u>Atacama:</u>			
El Día	Copiapó	1.000	- - - (3)
La Prensa	"	1.000	
La Prensa	Vallenar	300	- - -
<u>Coquimbo:</u>			
El Día	La Serena	2.000	
El Norte	Coquimbo	500	
El Regional	"	800	
La Provincia	Ovalle	1.000	
<u>Aconcagua:</u>			
El Trabajo	San Felipe	500	- - -
La Aurora	Los Andes	500	- - -
La Prensa	" "	500	- - -
<u>Valparaíso:</u>			
El Mercurio	Valparaíso	15.000	26.000
La Estrella	"	12.000	- - -
La Unión	"	9.000	27.000 (4)
<u>Santiago:</u>			
Clarín	Santiago	60.000	175.000
El Diario Ilustrado	"	7.500	
El Mercurio	"	80.000	
El Siglo	"	8.000	
Las Noticias de U. Hora	"	32.000	
La Nación	"	30.000	95.000
La Segunda de LUN	"	18.000	
La Tercera de la Hora	"	75.000	
Las Últimas Noticias	"	45.000	
<u>O'Higgins:</u>			
Crítica	Rancagua	1.000	- - -
El Rancagüino	"	3.000	- - -

(1)
"La Estrella de Chile" no ha llegado a la sección Diarios de la Biblioteca Nacional. Debe haber aparecido el 12 de marzo de este año; no hay constancia al respecto.

(2)
Para "El Mercurio de Antofagasta" y "La Prensa de Tocopilla" el tiraje promedio conjunto, de julio de 1959 a junio de 1960 fué de 12 399 ejemplares.

(3)
Los diarios que aparecen tarjados en su circulación dominical, no se editan dicho día.

Colchagua:Curicó:

La Prensa	Curicó	2.000	
-----------	--------	-------	--

Talca:

La Mañana	Talca	3.500	
-----------	-------	-------	--

Maule:Linares:

El Heraldo	Linares	600	600
La Provincia	Linares	600	

Buho:

La Discusión	Chillán	4.500	
--------------	---------	-------	--

Concepción:

Crónica	Concepción	10.000	---
El Sur	"	15.000	---
La Patria	"	6.000	---

Arauco:Bio Bio:

Las Noticias	Los Angeles	500	---
La Tribuna	" "	2.500	---

Malleco:

El Diario de Malleco	Angol	800	---
----------------------	-------	-----	-----

Cautín:

El Diario Austral	Temuco	9.000	
-------------------	--------	-------	--

Valdivia:

El Correo de Valdivia	Valdivia	6.000	
La Unión	La Unión	500	---

Osorno:

La Prensa	Osorno	6.000	
-----------	--------	-------	--

Llanquihue:

El Llanquihue	Puerto Montt	3.600	
---------------	--------------	-------	--

Chiloé:Aisén:Magallanes:

El Magallanes	Punta Arenas	5.000	---
La Prensa Austral	" "	4.000	---

Totales:

		498.300	---
--	--	---------	-----

(4)

Ver cuadro estadístico año 1960 en la página 158.

(5)

Las ventas promedio en Santiago (1960) fueron: El Mercurio, 51.806; Las Últimas Noticias, 36.563; La Tercera, 35.348; Clarín, 34.967; Última Hora, 25.356; La Nación, 18.839; La Segunda, 14.937; El Siglo, 5.527; y "El Diario Ilustrado", 5.305.

S I M B O L O G I A

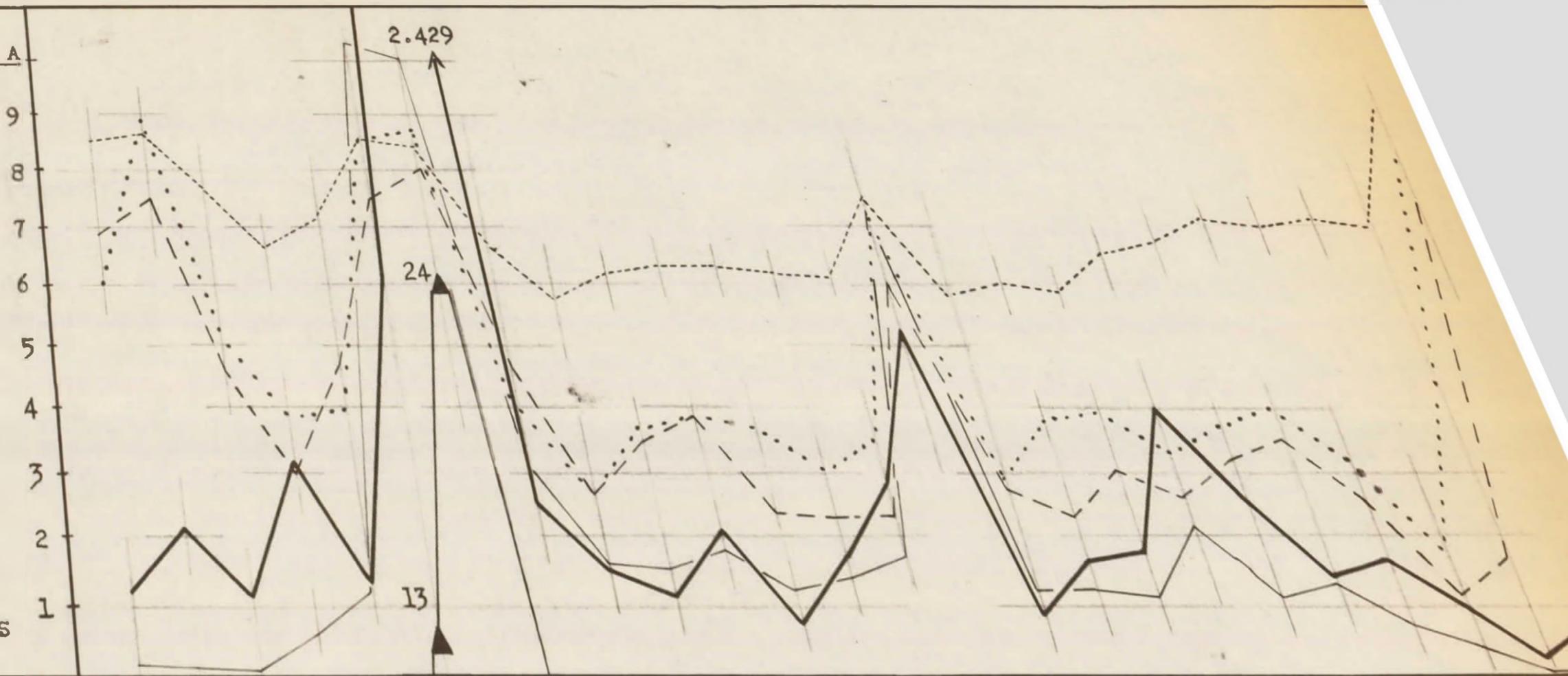
Población
(en miles)

Densidad
(hab. x km²)

Alfabetismo (%)

Población
urbana (%)

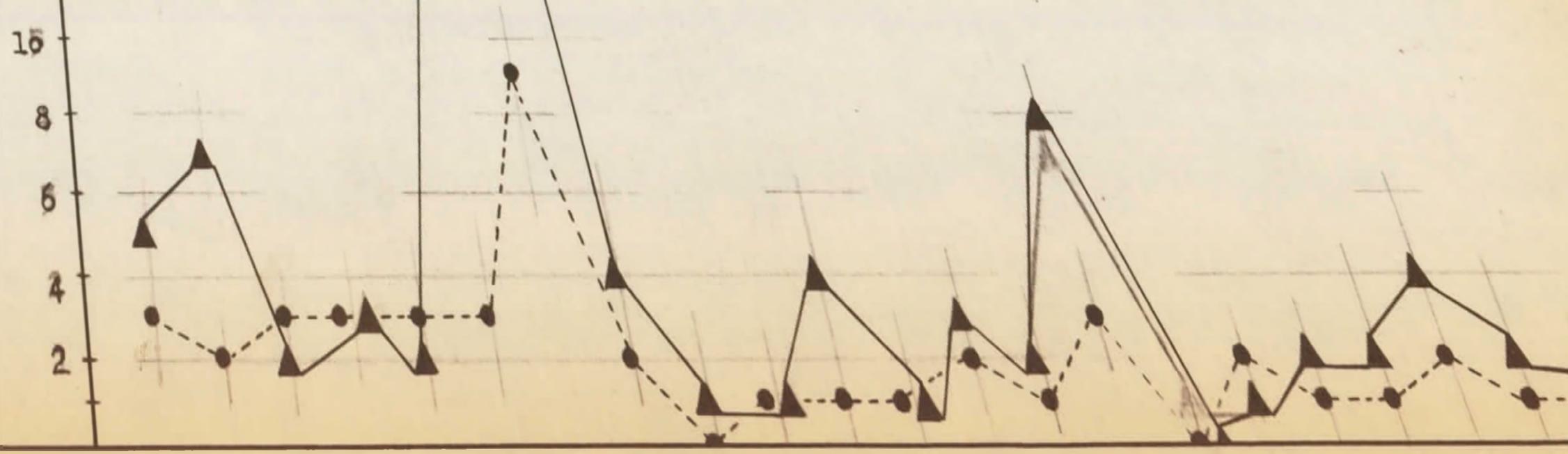
Viviendas (%)
electrificadas



D I A R I O S

R A D I O S

eah/61



Provincias T A At C AC V S O' Co Cu T M L Ñ Co A BB M C V O

P = provincias; PM = población en miles; D = densidad; PU = población urbana; A = alfabetismo; VE = viviendas electrificadas; VEU = id. urbanas; VER = id. rurales; DI = diarios; R = radios.

<u>P.</u>	<u>PM.</u>	<u>D.</u>	<u>FU.</u>	<u>A.</u>	<u>VE.</u>	<u>VEU.</u>	<u>VER.</u>	<u>DI.</u>	<u>R.</u>
T	122.6	1.86	60	85.4	68.4	76.4	<u>56.7</u>	3	5
A	214.0	1.50	<u>89</u>	86.0	75.0	78.2	49.7	2	7
At	114.2	1.00	52	77.4	46.2	54.9	36.5	3	2
C	306.3	6.57	39	67.7	30.5	59.0	10.7	4	3
Ac	139.8	12.58	40	71.6	47.1	75.6	25.8	3	2
V	613.4	<u>103.41</u>	85	85.5	75.1	81.7	29.6	3	13
S	<u>2.429.5</u>	100.73	87	84.5	80.2	85.7	36.3	9	24
O'	259.1	31.58	40	67.6	47.1	73.4	25.9	2	4
Co	158.0	16.55	26	<u>58.1</u>	26.2	54.6	11.1	-	1
Cu	107.1	15.59	37	62.0	35.4	72.5	10.0	1	1
T	205.4	18.02	39	63.5	39.0	72.0	14.5	1	4
M	79.3	12.83	37	63.6	24.6	59.2	2.3	-	1
L	170.2	14.89	30	52.5	23.7	57.2	7.0	2	3
N	234.5	17.69	35	61.7	23.0	51.8	4.4	1	2
C	537.7	72.19	76	75.3	60.8	74.2	15.1	3	8
A	89.2	12.56	29	58.5	28.6	65.5	11.3	-	-
BB	167.2	12.29	38	60.7	23.1	53.5	6.2	2	1
M	174.1	11.17	39	59.2	30.1	60.3	7.6	1	2
C	393.0	21.02	33	65.0	26.5	65.5	4.5	1	2
V	255.1	11.11	37	67.9	32.0	67.7	8.8	2	4
O	143.9	13.55	40	71.2	35.4	69.0	10.0	1	2
L1	165.9	7.60	32	70.8	26.1	66.3	5.5	1	1
Ch	98.6	4.29	<u>13</u>	71.7	<u>11.7</u>	62.8	<u>0.9</u>	-	1
A	<u>37.0</u>	<u>0.30</u>	44	70.5	17.8	30.7	5.8	-	-
M	73.0	0.41	81	<u>90.4</u>	74.5	<u>86.1</u>	21.2	2	3

Totales o promedios del país:

7.339.5 8 39 80.1 54.5 77.4 14.9 47 96

Nota:

Los datos de la población (en miles) corresponden a cifras provisionales del Censo de 1960; las demás corresponden a 1952. En el gráfico siguiente se aprecia con claridad la relación de estos factores con el número de diarios y radioemisoras.

En este cuadro se subrayaron los índices positivos y negativos de mayor significación.

En la columna diarios, con respecto al gráfico, hay dos variaciones; en Coquimbo hay 4 diarios y en Maule no existe ninguno.

Tarapacá:

Arica: El Ferrocarril, El Pacífico, La Opinión de Arica.

Iquique: Crítica, El Nacional, El Tarapacá, La Opinión, La Patria, La Provincia de Tarapacá.

Antofagasta:

Iccopilla: El Proletario, La Prensa.

Antofagasta: Ahora, Crítica, El Comunista, El Mercurio de Antofagasta, El Sol.

Cauquimasta: El Chileno.

Pañal: La Razón, La Voz del Pueblo

Atacama:

Copiapó: Avance, El Amigo del País, El Atacamano, La Mañana.

Coquimbo:

La Serena: El Chileno, El Coquimbo, El Diario.

Coquimbo: El Norte, El Progreso, El Tiempo, La Prensa.

Ovalle: El Tamaya, La Ley Ilustrada.

Aconcagua:

San Felipe: La Voz de Aconcagua.

Quillota: El Diario, El Quillotano.

Vifa del Mar: La Pantalla.

Valparaíso: El Heraldo, El Mercurio, L' Italia, La Estrella, La Gaceta de la Navegación, La Hora, La Unión.

Santiago:

Santiago: Crónica, El Crisol, El Diario Ilustrado, El Mercurio, El País, El Hombre Libre, El Imparcial, Deutsche Zeitung für Chile, Goya, La Acción, La Nación, La Mañana, La Opinión, La Razón, La Segunda, La Tarde, Libertad, Las Últimas Noticias, Los Tiempos.

San Bernardo: La Idea.

San Antonio: La Ley.

Melipilla: La Patria.

Colchagua:

Rancagua: La Provincia.

Sewell: El Teniente.

Talca:

Curicó: El Diario Comercial, La Prensa.

Talca: La Discusión, La Mañana, La Opinión.

Maule:

Linares: Claridad, La Región, La República.

Parral: El Comercio.

Nuble:

Chillán: El Nuevo Día, La Discusión, Las Noticias.

Concepción:

Concepción: El Sur, La Patria.

Ric Bio:

Las Angeles: El Siglo, Las Noticias, La Tarde.

Antofagasta:

Temuco: El Diarios Austral, Nuevos Tiempos, La Opinión.

Valdivia:

Valdivia: El Correo de Valdivia, La República

La Unión: La Razón.

Osorno: Crítica, La Prensa.

Chiloé:

Fuerte Montt: Avance, El Correo del Sur, El Llanquihue, La Mañana.

Territorio de Aisén:Territorio de Magallanes:

Punta Arenas: El Magallanes, La Unión.

Nota:

En 1932 se editaron 99 diarios en el país; de estos, 19 se publicaron en la capital. Al parecer, fué el año en que se editaron en forma simultanea el mayor número de diarios.

De las ciudades indicadas, ahora no se editan publicaciones diarias en: Juncoscamata, Taltal, Quillota, Villa del Mar, San Bernardo, San Antonio, Melipilla, Sewell, Parral.

1. = año de fundación.
2. = hora de aparición (M = matutino ó V = vespertino); formato (S = standard ó T = tabloide).
3. = promedio de páginas (días hábiles).
4. = Id. (dominas).
5. = composición (L = linotipia; T = tipográfica).
6. = Impresión (PP = prensa plana; RP = rotativa plana; R = rotativa).
7. = Servicio informativo nacional.
8. = Id. extranjero.

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.
Concordia	1960	MS	8	8	L	RP		UPI
El Tarapacá	1894	MS	6	8	L	RP	UPI	UPI
La Estrella de I.	1961							
La Prensa de T.	1924	MS	8	12	L	R	Orbe	UPI
El Mercurio de A.	1905	MS	12	16	L	R	Orbe	UPI
El Día (C.)	1946	MS	4	-	T	PP	-	-
La Prensa (C.)	1963	VS	4	-	L	RP	UPI	UPI
La Prensa (V.)	1961	VS	4	-	L	RP	UPI	UPI
El Día (S.)	1944	MS	6/8	8	L	RP	UPI	UPI
El Norte	1932				T	PP	→	-
El Regional	1942	VS	4	4	T	PP	-	-
La Provincia	1935	MS	4	4	L	PP	-	-
El Trabajo	1929	VT	10	-	T	PP	-	-
La Aurora	1913	VT	4	-	T	PP	-	-
La Prensa	1951	VT	4	-	T	PP	-	-
El Mercurio (V.)	1827	MS	14/16	28	L	R	EM	UPI, AP
La Estrella	1921	VT	16/24	-	L	R	EM	UPI, AP
La Unión	1885	MS	12	24	L	R	UPI	UPI
El Mercurio (S.)	1900	MS	36	60	L	R	UPI, AFP, AP, R	
El D. Ilustrado	1902	MS	16	24	L	R		UPI
La Nación	1917	MS	16	24	L	R		UPI
Las U. Noticias	1902	MeT	16/24	-	L	R		UPI, AP
La Segunda	1931	VT	16/20	-	L	R		UPI, AP
El Siglo	1940	MS	8	12	L	R		UPI, PL
Las N. de U. Hora	1943	VT	16/20	16	L	R		UPI, PL
La Tercera de la H.	1950	MT	16/20	24	L	R		UPI
Clarín	1954	MT	16	16	L	R		UPI, PL
El Rancagüino	1915	VT	3	-	L	PP	UPI	UPI
Crítica	1948	VT	6/8	-	L	PP	-	-
La Prensa (C.)	1898	MS	6	8	L	PP	UPI	UPI
La Mañana	1906	MS	8	12	L	RP	UPI	UPI
El Herald	1937	MS	4	4	T	PP	-	-
La Provincia	1944	MS	4	4	T	PP	-	-
La Discusión	1870	MS	8	8	L	RP	UPI	UPI
El Sur	1882	MS	12/16	24	L	R	UPI	UPI
Crónica	1949	VT	16/20	-	L	R	UPI	UPI
La Patria	1923	MS	12/14	20	L	R	Sop.	AP
Las Noticias	1928	MS	4	-	T	PP	-	-
La Tribuna	1953	MS	6/8	-	L	PP	-	-
El D. de Malleco	1960	VT	8	-	T	PP	-	-
El D. Austral	1916	MS	10/12	18	L	R	Sop.	AP
El Correo de V.	1895	MS	8	12	L	RP	Sop.	AP
La Unión	1937	VT	4	-	T	PP	-	-
La Prensa (O.)	1917	MS	8	12	L	RP	Sop.	AP
El Llanquihue	1885	MS	6	8	L	RP	UPI	UPI
El Magallanes	1894	VS	8/10	-	L	RP	UPI	UPI
La Prensa Austral	1941	MS	8	-	L	RP	Orbe	AP

En Chile el número de diarios es tan variable como el tiraje. Todos los años nacen y mueren varios diarios; algunos tienen vida efímera, otros alcanzan prestigio y edad sedosa.

"El Amigo del País", de Copiapó, dejó de editarse el 30 de enero pasado. Lo fundó en 1872 el presbítero Guillermo Juan Carter Galic. Se imprimió en los últimos años en los talleres de "El Día" de La Serena, perteneciendo a la Sociedad de Publicaciones "El Tarapacá" S.A. En LXXVII años se publicó 23.368 veces. Tenía un formato de 4 páginas standard.

"El Noticiero Huesquino" desapareció en la misma fecha. Fundado el 17 de diciembre de 1933, se vendía en Vallenar. Lo editaba la misma sociedad en La Serena. 7.838 números aparecieron en sus LXVII años de vida. Tenía 4 páginas standard.

"El Tamaya" de Ovalle dejó de publicarse el 8 de marzo pasado. Fundado el 17 de enero de 1876 por Benjamín Vicuña Mackenna, era el cuarto diario del país por su antigüedad. "El Amigo del País" era el tercero. Pese a su lema: Diario independiente "del Pueblo, por el Pueblo, para el Pueblo", "El Tamaya" era vocero del Partido Liberal. En la última elección parlamentaria apoyó al ex diputado Máximo Corral Garrido, que no fué reelegido. El diario desapareció tres días después de los comicios. En sus LXXXV años aparecieron 31.073 números; en su última época tuvo un formato de cuatro páginas standard.

"La Ley" de San Antonio (1927/58), "La Gaceta" (1940/60) y "La Tribuna" (1959/60) de Arica, "El Serenense" (1948/59) de La Serena y "La Región" (1955/60) de La Unión, también dejaron de editarse.

Aparecieron "Concordia" de Arica, fundado el 6 de octubre de 1960; "La Estrella de Chile", fundado el 1º de marzo de 1961 en Iquique; "La Prensa" de Copiapó y "La Prensa" de Vallenar, desde el 1º de febrero pasado; "El Diario de Maipo", editado en Angol, desde el 30 de septiembre de 1960. "Crítica", interdiario fundado en Rancagua en 1948, aparece ahora todos los días hábiles.

S E Q U E N D A

P A R T E

En esta segunda parte, basados en los antecedentes expuestos, analizamos en detalle el periodismo de tres provincias:

MAGALLANES:

la zona más alejada de la capital. Además realizamos una reseña histórica, estimando que el periodismo evolucionó en condiciones geográficas, sociales y económicas diferentes a las del resto del país. Además, por falta de antecedentes y documentación, no se ha considerado en las obras históricas relativas al periodismo nacional.

VALPARAISO:

la región más próxima a Santiago. Tiene además el mérito de ser cuna y por largos años rectora del diario chileno, que nació en 1827 con la fundación de "El Mercurio".

COLCHAQUA:

al determinar que de las cinco provincias que carecen de diarios, presenta los factores socio-económicos más desfavorables. Al mismo tiempo parece ser la provincia donde es menor la demanda y la difusión de los medios de información.

LA PRENSA EN MAGALLANES

DESDE 1894 HASTA NUESTROS DIAS

- o Las noticias de Chile se sabían antes por diarios de Montevideo y Buenos Aires.
- o Para un Gobernador era "inconcebible y hasta ignominioso" que los puntarenenses se proveyeran de papas en Lisboa y de huevos en Inglaterra.
- o Cuando apareció "El Magallanes" un 40% de la población era extranjera.
- o Punta Arenas era Puerto Libre desde 1868.
- o Con palomas mensajeras querían comunicar Magallanes con el resto del país, en el Ministerio de Guerra y Marina.
- o Los indígenas se "cotizaban" a libra esterlina.
- o Un marcedario escribió que "tanto el rico como el pobre, son sumamente impíos".
- o Para las autoridades, la Misión salesiana de Isla Dawson era "una cueva de ladrones".
- o Con "Lucía de Lammermoor" se inauguró el Teatro Menéndez.
- o La primera línea telegráfica se estableció con... Buenos Aires.
- o La política no preocupó durante muchos años. No había ciudadanos.
- o Gabriela Mistral colaboró en el periodismo magallánico.

"Los abajo suscritos, vecinos del Territorio de Magallanes, tenemos la alta honra de poner en conocimiento de S.E. que, con fecha de ayer nos hemos constituido en república independiente y unitaria, para legislarnos, reglamentarnos y administrarnos por nosotros mismos."

La comunicación no llegó a manos del Presidente Federico Errázuriz Echeurren, pero ocupó un lugar destacado en la página editorial de "El Mercurio" de Santiago, del 26 de abril de 1901.

Fue redactada en Santiago. Su autor fue Joaquín Díaz Garcés (Ángel Pino), quien con su fino humorismo se limitó a interpretar las justificadas quejas y críticas que venían desde la lejana ciudad de Punta Arenas en las columnas de "El Magallanes", periódico fundado 7 años antes.

Cincuenta años tenía la entonces ociosa cuando en 1893 nació el periodismo en Magallanes. Desde entonces, casi sin excepción, la característica de la prensa fue la ininterrumpida campaña por el progreso de la zona castigada por la naturaleza... y los gobernantes.

"UN PUEBLO FLORECIENTE. DE GRAN PORVENIR"

¿Qué era Punta Arenas a fines del siglo pasado? La visión más exacta del territorio la dan algunos párrafos del artículo de fondo publicado por "El Precursor de "El Magallanes", el 25 de diciembre de 1893 y escrito por el médico de ciudad Dr. Lautaro Navarro Avaria, primer director del periódico:

"Apenas se concibe en la época actual que un pueblo llegue a sus cincuenta años de vida sin contar con una prensa. Pero debe tomarse en consideración la marcha lenta, pausadísima que ha seguido el territorio de Magallanes."

"Fundada (la colonia) en un lugar enteramente aislado, a una inmensa distancia de los pueblos civilizados, en un terreno expuesto a todas las intemperies, teniendo que luchar día a día para conservar la existencia, con comunicaciones tardías, sus habitantes no han tenido sino ahora el tiempo para pensar en este elemento intelectual que se llama la prensa."

"Establecimiento penal poblado por unos cuantos soldados y algunas decenas de individuos que la sociedad aparta de sí, la colonia de Magallanes ha ido creciendo, separando e transformando esos malos elementos y adquiriendo lentamente una población trabajadora, industrial, hasta transformarse en lo que es hoy: un pueblo floreciente, de gran porvenir, en donde todos se entregan a un trabajo honrado."

"Las comunicaciones, éntes tan tardías, son hoy relativamente expeditas. Treinta vapores mensuales nos traen todos los productos de Chile y de Europa..."

Finalizaba expresando: "El territorio de Magallanes ha salido pues de su penosa y lenta infancia... Aspira a que se le atienda como tiene derecho. Hijo menor del país ha devuelto con creces las pocas atenciones que se le han dispensado. Ahora quiere hacerse oír; dar a conocer su importancia y sus aspiraciones y por eso funda un periódico para hacer llegar su voz al centro del país donde todavía es mirado como un pajeles..."

APARICION DE "EL MAGALLANES"

Desde setiembre de 1892 era Gobernador del Territorio, el capitán de navío Manuel Señoret Astaburuaga. Durante el primer año de su administración visitó la zona, estudió sus necesidades y los medios de impulsar su incipiente progreso.

"Estaba convencido -escribió el Dr. Navarro- de que la prensa haría por el progreso de Magallanes más que todas las notas oficiales, que eran bien pocas o nada atendidas. No trepidó e inmediatamente pidió a Estados Unidos una imprenta completa para editar un periódico de pequeño formato. Llegó esta a Punta Arenas en octubre de 1893."

"Hubo de improvisar tipógrafos, pues sólo había uno o dos en la ciudad y ya algo olvidados de su oficio."

Señoret asoció a esas tareas al secretario de la Gobernación, Juan Bautista Cortardi Gastaldi, y al médico de ciudad, Dr. Levituro Navarro Avendaño.

El 25 de noviembre de 1893 se hizo el primer

EL PRECURSOR DE "EL MAGALLANES"

PUNTA ARENAS, DICIEMBRE 26 DE 1893.

1812 - 1893

La Colonia de Magallanes ha caminado en 1893 en un camino de evolución. El 21 de Abril de 1841 el Gobierno de Chile, cuyos destinos vejo Don Manuel Bulnes, plantó la bandera tricolor en el antiguo puerto de San Felipe o del Hambre, tomando así posesión en nombre de Chile del Estrecho de Magallanes.

No hemos querido esperar para ser reconocidos sin necesidad, aunque de una manera modesta, y dando a luz un periódico que nos sirva de estímulo. Como ya hemos dicho, "El Precursor de El Magallanes" no tiene sino adelantarse más y más en el camino que abraza en 1893.

Aunque no se trata de un periódico que un pueblo llegue a sus oídos, sino de un periódico que un pueblo se encuentre con un periódico. Pero debe tomarse en consideración la gran lección que nos da el ejemplo de cada día más frecuente y segura, y con la construcción de nuevas faros y vulcanes, que principia a llevarse a cabo, multiplicará más aún.

El progreso por su naturaleza, a muchos años de navegación de los puertos del Atlántico y del Pacífico, Punta Arenas, unido por los navegantes para descansar de sus fatigas y renovar sus provisiones.

A la medida de una prosperidad han sido las instituciones de beneficencia, centros sociales, sociedades de socorros mutuos. Todo eso influye notoriamente para un pueblo, pues cuando se desarrolla el espíritu de asociación aumenta la templanza, el ahorro, la moralidad.

Debido al arrendamiento de las tierras fiscales, en la colonia no impone gravamen al Erario Nacional. Lo que se paga al personal de empleados públicos de la colonia, sino que deja un sobrante en arcas fiscales.

Los que en 1884 y 1885, reclamaban al Gobierno por la exorbitante de las rentas en vista del tráfico resultante que han obtenido, no dejan de repetirnos ahora que era suficiente su propia.

La Tierra del Fuego, que era el teatro de los navegantes y de los viajeros principia a su vez a transformarse. A los atrevidos buscadores de oro que la han recorrido en todos sentidos en busca del contenido metálico, no siempre la suerte les ha sido adversa. Las haciendas de ganado lanar que comienzan a implantarse allí serán luego numerosas y nuevos centros de población en el futuro.

El territorio de Magallanes ha sido

todo y en pocos años Magallanes será proveedor de muchos muelles y verá en su territorio fábricas importantes para la explotación de ese mismo ganado.

La población aumenta día a día en una proporción considerable. No obstante, el Supremo Gobierno fomenta la inmigración, que ella se ha hecho por sí sola atraída por la riqueza y el porvenir del territorio. Se fomenta, pero se ayuda y se firma.

Las industrias van naciendo. Detrás de los negocios y tenaces esfuerzos de algunos industriales, surgen para nosotros transformados, nuestros hogares y edificios en construcciones de materiales sólidos que parecen desafiar los peligros del fuego, siempre temidos entre nosotros.

Los mercados cada día tienen mayor demanda se han hecho y se siguen haciendo en Buenos Aires para los productos de la industria en los mercados extranjeros.

La navegación por su naturaleza, a muchos años de navegación de los puertos del Atlántico y del Pacífico, Punta Arenas, unido por los navegantes para descansar de sus fatigas y renovar sus provisiones.

A la medida de una prosperidad han sido las instituciones de beneficencia, centros sociales, sociedades de socorros mutuos. Todo eso influye notoriamente para un pueblo, pues cuando se desarrolla el espíritu de asociación aumenta la templanza, el ahorro, la moralidad.

Debido al arrendamiento de las tierras fiscales, en la colonia no impone gravamen al Erario Nacional. Lo que se paga al personal de empleados públicos de la colonia, sino que deja un sobrante en arcas fiscales.

Los que en 1884 y 1885, reclamaban al Gobierno por la exorbitante de las rentas en vista del tráfico resultante que han obtenido, no dejan de repetirnos ahora que era suficiente su propia.

La Tierra del Fuego, que era el teatro de los navegantes y de los viajeros principia a su vez a transformarse. A los atrevidos buscadores de oro que la han recorrido en todos sentidos en busca del contenido metálico, no siempre la suerte les ha sido adversa. Las haciendas de ganado lanar que comienzan a implantarse allí serán luego numerosas y nuevos centros de población en el futuro.

El territorio de Magallanes ha sido

todo y en pocos años Magallanes será proveedor de muchos muelles y verá en su territorio fábricas importantes para la explotación de ese mismo ganado. La población aumenta día a día en una proporción considerable. No obstante, el Supremo Gobierno fomenta la inmigración, que ella se ha hecho por sí sola atraída por la riqueza y el porvenir del territorio. Se fomenta, pero se ayuda y se firma.

Las industrias van naciendo. Detrás de los negocios y tenaces esfuerzos de algunos industriales, surgen para nosotros transformados, nuestros hogares y edificios en construcciones de materiales sólidos que parecen desafiar los peligros del fuego, siempre temidos entre nosotros.

Los mercados cada día tienen mayor demanda se han hecho y se siguen haciendo en Buenos Aires para los productos de la industria en los mercados extranjeros.

La navegación por su naturaleza, a muchos años de navegación de los puertos del Atlántico y del Pacífico, Punta Arenas, unido por los navegantes para descansar de sus fatigas y renovar sus provisiones.

A la medida de una prosperidad han sido las instituciones de beneficencia, centros sociales, sociedades de socorros mutuos. Todo eso influye notoriamente para un pueblo, pues cuando se desarrolla el espíritu de asociación aumenta la templanza, el ahorro, la moralidad.

Debido al arrendamiento de las tierras fiscales, en la colonia no impone gravamen al Erario Nacional. Lo que se paga al personal de empleados públicos de la colonia, sino que deja un sobrante en arcas fiscales.

Los que en 1884 y 1885, reclamaban al Gobierno por la exorbitante de las rentas en vista del tráfico resultante que han obtenido, no dejan de repetirnos ahora que era suficiente su propia.

La Tierra del Fuego, que era el teatro de los navegantes y de los viajeros principia a su vez a transformarse. A los atrevidos buscadores de oro que la han recorrido en todos sentidos en busca del contenido metálico, no siempre la suerte les ha sido adversa. Las haciendas de ganado lanar que comienzan a implantarse allí serán luego numerosas y nuevos centros de población en el futuro.

El territorio de Magallanes ha sido

todo y en pocos años Magallanes será proveedor de muchos muelles y verá en su territorio fábricas importantes para la explotación de ese mismo ganado. La población aumenta día a día en una proporción considerable. No obstante, el Supremo Gobierno fomenta la inmigración, que ella se ha hecho por sí sola atraída por la riqueza y el porvenir del territorio. Se fomenta, pero se ayuda y se firma.

Las industrias van naciendo. Detrás de los negocios y tenaces esfuerzos de algunos industriales, surgen para nosotros transformados, nuestros hogares y edificios en construcciones de materiales sólidos que parecen desafiar los peligros del fuego, siempre temidos entre nosotros.

Los mercados cada día tienen mayor demanda se han hecho y se siguen haciendo en Buenos Aires para los productos de la industria en los mercados extranjeros.

La navegación por su naturaleza, a muchos años de navegación de los puertos del Atlántico y del Pacífico, Punta Arenas, unido por los navegantes para descansar de sus fatigas y renovar sus provisiones.

A la medida de una prosperidad han sido las instituciones de beneficencia, centros sociales, sociedades de socorros mutuos. Todo eso influye notoriamente para un pueblo, pues cuando se desarrolla el espíritu de asociación aumenta la templanza, el ahorro, la moralidad.

Debido al arrendamiento de las tierras fiscales, en la colonia no impone gravamen al Erario Nacional. Lo que se paga al personal de empleados públicos de la colonia, sino que deja un sobrante en arcas fiscales.

Los que en 1884 y 1885, reclamaban al Gobierno por la exorbitante de las rentas en vista del tráfico resultante que han obtenido, no dejan de repetirnos ahora que era suficiente su propia.

La Tierra del Fuego, que era el teatro de los navegantes y de los viajeros principia a su vez a transformarse. A los atrevidos buscadores de oro que la han recorrido en todos sentidos en busca del contenido metálico, no siempre la suerte les ha sido adversa. Las haciendas de ganado lanar que comienzan a implantarse allí serán luego numerosas y nuevos centros de población en el futuro.

El territorio de Magallanes ha sido

todo y en pocos años Magallanes será proveedor de muchos muelles y verá en su territorio fábricas importantes para la explotación de ese mismo ganado. La población aumenta día a día en una proporción considerable. No obstante, el Supremo Gobierno fomenta la inmigración, que ella se ha hecho por sí sola atraída por la riqueza y el porvenir del territorio. Se fomenta, pero se ayuda y se firma.

Las industrias van naciendo. Detrás de los negocios y tenaces esfuerzos de algunos industriales, surgen para nosotros transformados, nuestros hogares y edificios en construcciones de materiales sólidos que parecen desafiar los peligros del fuego, siempre temidos entre nosotros.

Los mercados cada día tienen mayor demanda se han hecho y se siguen haciendo en Buenos Aires para los productos de la industria en los mercados extranjeros.

La navegación por su naturaleza, a muchos años de navegación de los puertos del Atlántico y del Pacífico, Punta Arenas, unido por los navegantes para descansar de sus fatigas y renovar sus provisiones.

A la medida de una prosperidad han sido las instituciones de beneficencia, centros sociales, sociedades de socorros mutuos. Todo eso influye notoriamente para un pueblo, pues cuando se desarrolla el espíritu de asociación aumenta la templanza, el ahorro, la moralidad.

Debido al arrendamiento de las tierras fiscales, en la colonia no impone gravamen al Erario Nacional. Lo que se paga al personal de empleados públicos de la colonia, sino que deja un sobrante en arcas fiscales.

Los que en 1884 y 1885, reclamaban al Gobierno por la exorbitante de las rentas en vista del tráfico resultante que han obtenido, no dejan de repetirnos ahora que era suficiente su propia.

La Tierra del Fuego, que era el teatro de los navegantes y de los viajeros principia a su vez a transformarse. A los atrevidos buscadores de oro que la han recorrido en todos sentidos en busca del contenido metálico, no siempre la suerte les ha sido adversa. Las haciendas de ganado lanar que comienzan a implantarse allí serán luego numerosas y nuevos centros de población en el futuro.

El territorio de Magallanes ha sido

todo y en pocos años Magallanes será proveedor de muchos muelles y verá en su territorio fábricas importantes para la explotación de ese mismo ganado. La población aumenta día a día en una proporción considerable. No obstante, el Supremo Gobierno fomenta la inmigración, que ella se ha hecho por sí sola atraída por la riqueza y el porvenir del territorio. Se fomenta, pero se ayuda y se firma.

En un principio la recién fundada colonia no contaba sino con unos cuantos animales que usó el Gobierno, y las haciendas lanar que poblaron las pampas de la Patagonia en número prodigioso, formando la riqueza, como un incentivo, de los que trasladaron sus haciendas. Comienza a desarrollarse el ga-

PASAJE Y ASOCIACION

Las fiestas acordadas por la comisión organizadora se celebraron el día 22.

El día 23 se celebró un gran baile en el salón del cuerpo de bomberos. Había música y hermosas señoras y distinguidos señores. Los premios consistieron en objetos de arte y de fantasía, pagados por los señores y señoras asistentes de nuestra ciudad.

El día 24 continuó el baile. Durante la noche buena se celebró que se dio lugar a la plaza. Hubo música y se bailó en otras partes.

El día 25 se celebró un gran baile en la plaza. Hubo música y se bailó en otras partes.

El día 26 se celebró un gran baile en la plaza. Hubo música y se bailó en otras partes.

El día 27 se celebró un gran baile en la plaza. Hubo música y se bailó en otras partes.

El día 28 se celebró un gran baile en la plaza. Hubo música y se bailó en otras partes.

El día 29 se celebró un gran baile en la plaza. Hubo música y se bailó en otras partes.

El día 30 se celebró un gran baile en la plaza. Hubo música y se bailó en otras partes.

El día 31 se celebró un gran baile en la plaza. Hubo música y se bailó en otras partes.

El día 1 de Enero se celebró un gran baile en la plaza. Hubo música y se bailó en otras partes.

El día 2 de Enero se celebró un gran baile en la plaza. Hubo música y se bailó en otras partes.

El día 3 de Enero se celebró un gran baile en la plaza. Hubo música y se bailó en otras partes.

El día 4 de Enero se celebró un gran baile en la plaza. Hubo música y se bailó en otras partes.

El día 5 de Enero se celebró un gran baile en la plaza. Hubo música y se bailó en otras partes.

El día 6 de Enero se celebró un gran baile en la plaza. Hubo música y se bailó en otras partes.

El día 7 de Enero se celebró un gran baile en la plaza. Hubo música y se bailó en otras partes.

El día 8 de Enero se celebró un gran baile en la plaza. Hubo música y se bailó en otras partes.

El día 9 de Enero se celebró un gran baile en la plaza. Hubo música y se bailó en otras partes.

El día 10 de Enero se celebró un gran baile en la plaza. Hubo música y se bailó en otras partes.

El día 11 de Enero se celebró un gran baile en la plaza. Hubo música y se bailó en otras partes.

El día 12 de Enero se celebró un gran baile en la plaza. Hubo música y se bailó en otras partes.

El día 13 de Enero se celebró un gran baile en la plaza. Hubo música y se bailó en otras partes.

El día 14 de Enero se celebró un gran baile en la plaza. Hubo música y se bailó en otras partes.

El día 15 de Enero se celebró un gran baile en la plaza. Hubo música y se bailó en otras partes.

El día 16 de Enero se celebró un gran baile en la plaza. Hubo música y se bailó en otras partes.

El día 17 de Enero se celebró un gran baile en la plaza. Hubo música y se bailó en otras partes.

El día 18 de Enero se celebró un gran baile en la plaza. Hubo música y se bailó en otras partes.

El día 19 de Enero se celebró un gran baile en la plaza. Hubo música y se bailó en otras partes.

El día 20 de Enero se celebró un gran baile en la plaza. Hubo música y se bailó en otras partes.

trabajo tipográfico; una circular que anunciaba la apertura de la imprenta y la aparición del periódico. Un mes después apareció "El Precursor", impreso de 3 páginas en tamaño folio y del cual, por fortuna, se conserva buen número de ejemplares.

El domingo 7 de enero de 1894 circuló el primer número de "El Magallanes", con un formato de 4 páginas, de 42 centímetros de alto por 29 de ancho.

"En aquella primera época de la prensa en Magallanes -según el Dr. Navarro- no escaseaban los temas, por cuanto todo tenía que tratarse en el periódico. No faltaba, pues, el material, como se dice en estilo periodístico."

En un período en que el resto del país vivía tranquila existencia, Magallanes semejaba un turbulento "far west". Al azar transcribimos algunos títulos habituales en la crónica y que comprueban la afirmación del Dr. Navarro:

El crimen de hoy, Siniestro marítimo, La función del sábado, Península, El cumpleaños de la Reina Victoria, Broma a vapor, Sangrienta tragedia (ataque indígena), Bague varado, El prestigiatador Carpini, Remate del "Atlantique" (vapor ancillado), Casa andante.

Tal era el panorama de un territorio poblado por 1.700 indígenas y poco más de 5.000 habitantes civilizados. En 1895 la población de Punta Arenas, la única "villa o ciudad" sobrepasaba los 3.000 habitantes; un 40% eran extranjeros y en conjunto disponían del 80% del capital existente. En su mayoría provenían de Europa o las márgenes del Río de la Plata, atraídos por la fiebre del oro que afectó a Magallanes a partir de 1890, al descubrirse los primeros yacimientos auríferos en la zona del Beagle. Conformaron una población cosmopolita. Veinte nacionalidades, diversos credos, ideologías, motivaron en más de una oportunidad roces y disturbios.

El periódico fué bien acogido por sus demás colegas, en especial los diarios de Santiago y Valparaíso.

El jueves 4 de enero de 1894, en su sección Provincias, el matutino de Santiago "El Chileno" expresó:

Magallanes. El primer periódico de Magallanes.

El 25 de diciembre salió a luz el primer número del periódico El Precursor de El Magallanes, que es el prospecto de una publicación que empezará a publicarse en el presente mes con el título de El Magallanes.

Otros diarios, como "El Ferrocarril", se limitaron a insertar en forma periódica extensas informaciones reproducidas de "El Magallanes"; en aquellos años todos los diarios daban gran importancia a los sucesos del interior y, cuando no tenían corresponsal propio, indicaban al término el nombre y fecha del periódico del cual reproducían informaciones.

Como los correos no eran frecuentes, era común que se agruparan noticias de varios números del entonces semanario, las que muchas veces excedían con largueza una columna de los "diarios sábana".

Parece que los diarios se limitaban a reproducir informaciones. El único diario que designó corresponsal fué "El Chileno"; con seguridad algún redactor de "El Magallanes" que, en más de una oportunidad optó por dar la reseña de este último.

Son interesantes algunos párrafos de su correspondencia publicada el 11 de marzo de ese año en "El Chileno":

"Escasas y erróneas son las noticias que en el norte se tienen sobre estas regiones australes, y creo, por tanto, que pueden ser de interés los siguientes datos:..."

Luego de describir la ciudad agotaba:

"... Si se considera que mas o menos en todas las casas comerciales se expenden licores, se llega a la conclusión de que en Punta Arenas el 15% de los edificios está dedicado al despacho de bebidas alcohólicas. Esta es una cifra que hace pensar en dos cosas: que aquí se bebe mucho (lo que no debe extrañar, si se tiene en cuenta que el clima es muy seco, muy frío y no hay agua potable y sobra el vicio) y que el impuesto sobre expendio de bebidas alcohólicas dejaría recursos bastantes para atender los servicios locales, proveer de agua a la ciudad, componer las calles y alumbrarlas

durante las largas noches de invierno."

Finalizaba diciendo que "Tan luego como mis ocupaciones me permitan garabatear otras cuantas carillas de papel, le remitiré otra correspondencia i espero que ellas hagan conocer nuestras regiones a los habitantes de la capital, i nos reporten algún beneficio. El corresposal."

Los diarios de Valparaíso también dieron entusiasta acogida a las noticias recibidas del extremo sur. "El Mercurio" y "La Unión" insertaron amplias informaciones.

"El Mercurio" por su parte daba en aquellos años mucha importancia a los sucesos de otras ciudades; en especial a las informaciones relativas al comercio y la navegación. En más de una ocasión publicó más de dos columnas con noticias tomadas de "El Magallanes". Punta Arenas proporcionaba abundante material y un día "El Mercurio" insertó 18 noticias de la lejana colonia.

El gobernador Seforet, que propició la fundación del periódico como ciudadano y no como gobernante, permaneció ligado a "El Magallanes" hasta 1897, año en que abandonó su cargo. El ex subsecretario de Marina y más tarde contralmirante, a pesar de sus tareas gubernativas fué un eficaz colaborador del Director del periódico, Dr. Lautaro Navarro, y del Gerente, Juan B. Contardi.

No hay información precisa acerca de los capitales para instalar la imprenta, como quien o quienes fueron sus primeros propietarios; pero de acuerdo a los roles de avalúos de la época, la empresa fué propiedad de "Lautaro Navarro y Cia."

Sin embargo, en 1896, cuando la gestión del gobernador Seforet provocó una polémica en la prensa de Santiago, "El Chileno" y "El Porvenir" afirmaron que "El Magallanes" era propiedad de este.

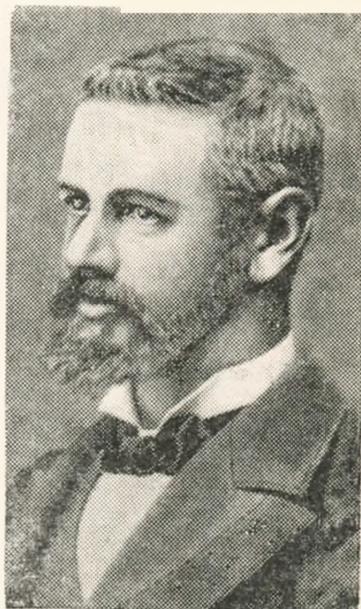
LAS COMUNICACIONES, EL AISLAMIENTO

Si el entonces periódico dominical tenía abundante crónica, no solía ocurrir lo mismo con las informaciones nacionales y extranjeras.



Contralmirante Manuel Señoret Astaburuaga (arriba), (1842-1900), fundador y primer editor de "El Magallanes". Desde setiembre de 1892 a octubre de 1897 desempeñó el cargo de Gobernador del Territorio, con el grado de capitán de navío. En octubre de 1893 encargó a Estados Unidos una imprenta completa; en ella se hicieron los primeros impresos y se editó "El Magallanes", cuyo primer número apareció el domingo 7 de enero de 1894.

Médico de ciudad **Dr. Lautaro Navarro Avaria** (derecha), primer director de "El Magallanes" (1894-1912). Junto con el secretario de la Gobernación y gerente del periódico, **Juan Bautista Contardi Gastaldi**, fue un eficaz colaborador del contralmirante Señoret en las tareas periodísticas.



"Siempre recordaremos aquellos tiempos -escribió Lautaro Navarro- en que las últimas noticias de Valparaíso y Santiago eran de cinco o seis días atrás. A veces los vapores se atrasaban y quedábamos quince y hasta veinte días sin recibir periódicos del resto del país o de Buenos Aires".

No existía telégrafo y Punta Arenas, sin comunicación terrestre, estaba limitada al movimiento marítimo. Por fortuna era bastante intenso, pues recalaban más de 400 naves en el año, todas de bandera extranjera.

Para ilustrar esta tan desmedrada como inconcebible situación, he aquí algunos ejemplos:

A las 21.15 horas del domingo 24 de junio de 1894, en Lyon, un terrorista italiano asesinó al Presidente de Francia Sañí Carnot. "El Sur" de Concepción publicó la noticia en la mañana siguiente; "El Magallanes" del 1º de julio ignoraba el hecho. El día 2 arribó al puerto el vapor alemán Tanis; un pasajero recibió la noticia por telegrama enviado de Concepción a Corral, donde recaló la nave.

"El Magallanes" lanzó un suplemento, un modesto volante que comenzaba: "Grave noticia traída por el vapor alemán "Tanis". Asesinato del Presidente de la República Francesa..."

La confirmación de la elección del Presidente Federico Errázuriz (1896) se conoció en Punta Arenas a través de diarios de Buenos Aires y Montevideo, antes que por la prensa nacional. En julio de 1901, en las escuelas primarias se dió asueto el día de su cumpleaños; pero el mandatario había fallecido en Valparaíso y la noticia se supo once días más tarde.

El día anunciado para la coronación de Eduardo VII como rey de Inglaterra fué celebrado con entusiasmo por la numerosa colectividad británica. Días después llegó la noticia de que el futuro rey estaba enfermo de gravedad y que la ceremonia se había postergado.

La carencia de buenas comunicaciones con el resto de Chile contribuyó a que el sentimiento nacional fuera en extremo débil.

Mientras no se estableció el telégrafo, el tráfico marítimo de compañías extranjeras fué el único contacto de Magallanes con el resto del mundo. Cinco compañías inglesas, dos alemanas, una francesa y una argentina, mantenían a comienzo de siglo líneas regulares de navegación con Escala en Punta Arenas. La Armada nacional realizó viajes irregulares con sus transportes "Casma" y "Angamos" entre 1899 y 1901; luego los suspendió por anti económicos.

Como escribió Lautaro Navarro "desde muchos años, por circunstancias diversas, como carencia de espacio en los vapores procedentes de puertos del norte de la República, alto precio de los fletes en los mismos, escasez o precio elevado de algunos productos nacionales comparados con los similares argentinos, se estableció una corriente comercial de Buenos Aires a Punta Arenas."

Para el Gobernador Mariano Guerrero Bascuñan (1896/98) era "en realidad inconcebible i hasta ignominioso que los habitantes de Punta Arenas tengan que proveerse de papas & de cebollas en Lisboa; del trigo, de la harina, verduras & frutas en Montevideo y de los huevos i mantequilla en Inglaterra."

Esta realidad se reflejaba en la prensa, que daba mayor importancia a las noticias extranjeras que a las nacionales, aparte que estas últimas con frecuencia se obtenían de los diarios argentinos y uruguayos.

La última aseveración puede parecer extraña, pero se explica porque Punta Arenas está más cerca de Montevideo y Buenos Aires que de Valparaíso, aparte de que el tráfico de naves era más intenso.

Resulta paradójico leer noticias de Chile, incluso del sur, tomadas de "El Día", "La Prensa", "La Tribuna Popular", "El Siglo" de Montevideo; o de "La Nación", "La Prensa", "El Tiempo", "El Diario" de Buenos Aires, en vez de "El Ferrocarril", "La Ley", "El Porvenir" de Santiago, "La Unión", "El Mercurio", "El Herald" de Valparaíso, o "El Sur" de Concepción.

El mayor interés por las noticias extranjeras era comprensible; en los primeros años esta tendencia fué

más acusada. Con frecuencia los primeros números de "El Magallanes" incluyeron veinte o treinta informaciones extranjeras y sólo dos o tres nacionales. En marzo de 1894, por ejemplo, daba mayor importancia a la posible renuncia del Primer Ministro Gladstone y la crisis del gabinete inglés, a la muerte en Bolivia del general Hilarión Daza, que a las elecciones parlamentarias realizadas en el país. Esto se explica si nos atenemos al editorial de la semana siguiente:

"Magallanes ha presenciado las últimas elecciones que han tenido lugar en toda la República desde la galería; carece de personalidad suficiente para tomar parte activa en la lucha de los partidos políticos..."

Debieron transcurrir aún 37 años para que Magallanes abandonara la galería mediante Decreto-ley gubernativo que transformó el territorio en provincia, dando derechos cívicos a sus ciudadanos.

UN ARTICULO DE ANGEL PINO

"El Magallanes" de 7 de enero de 1901 reprodujo un agudo artículo de Joaquín Díaz Garcés (Angel Pino), a la sazón redactor de "El Mercurio" de Santiago, y que sintetizaba muy bien la situación.

He aquí un extracto:

"No comprendemos, en realidad, en que ocupan su tiempo, en la capital, los que se dicen hombres de Estado." ("El Magallanes").

"Como "los que se dicen hombres de estado" o los que lo son en realidad, no están con el ánimo de oír estas justas acusaciones que vienen tan seguido de la última extremidad de Chile, las tomaremos nosotros en cuenta y nos haremos un altísimo deber en aplaudirlas."

"... La acusación es lacónica, enérgica, incisiva. No puede decir menos, no puede tampoco decir más. Hai en esas pocas palabras, desprecio e indiferencia, que es el tercer grado con que se manifiesta la ira de los pueblos abandonados. Es una voz acusadora que viene de una región que surge de la nada, que se crea, que se improvisa con esfuerzos propios y pidiendo muy poco al gobierno y esperando mucho menos de su eterna desidia."

"... Refiriéndose solo al territorio de Magallanes -dice el prestigioso diario de este nombre- se le tiene detenido en su marcha de progreso..."

"Sí, estancieros, industriales y periodistas de Punta Arenas: Magallanes está detenido y continuará detenido en su progreso, porque acá en la capital hai varios excelentes caballeros que desean ser presidentes de la república y mientras no sea uno de ellos, no hai esperanza de que el carro marche."

"... Si ustedes tienen el absurdo pensamiento de progresar... deben despedirse de nosotros por algún tiempo, declararse independientes como el Acre, i darse un gobierno autónomo."

"... Ustedes son hombres. Nosotros somos comandantes con algunos centímetros mas de lengua que los necesarios."

"Sean de humor, reúnanse en la plaza pública i acuerden mandar al gobierno la siguiente nota:

"Excelentísimo señor: Los abajo suscritos, vecinos del Territorio de Magallanes, tenemos la alta honra de poner en conocimiento de S.E. que, con fecha de ayer nos hemos constituido en república independiente i unitaria, para legislarnos, reglamentarnos y administrarnos por nosotros mismos. Durará nuestra autonomía hasta que allí en Santiago consigan fijar un solo candidato i elegirlo: i se acuerden entonces que Chile no concluye al norte con el cementerio general, al sur con el Camino de Cintura, al este con la calle de Maestranza i al oeste con la Avenida Matucana. Advertimos además a S.E. que no queremos telégrafos, porque como aquí somos muy ocupados y allá tienen muy poco que hacer, nos llevarían molestando." (Más de mil firmas)

Angel Pino

Pero también hubo acontecimientos positivos, gracias al empuje de los habitantes. En setiembre de 1898 se inauguró el servicio de alumbrado eléctrico gracias a los esfuerzos de una sociedad anónima constituida el año anterior. Punta Arenas fué la primera ciudad chilena que contó con

energía eléctrica.

Los espectáculos de jerarquía fueron habituales. El 1º de junio de 1899 se inauguró el Teatro Menéndez con la representación de la ópera "Lucia de Lammermoor", de Donizetti. En forma periódica se representaban óperas, zarzuelas y obras teatrales interpretadas por figuras de renombre mundial. Las compañías actuaban durante la permanencia de un vapor o bien desembarcaban para proseguir a Valparaíso o Buenos Aires en otro navío. Esta situación preferente terminó años más tarde con la apertura del Canal de Panamá y la consiguiente disminución del tráfico marítimo.

La actividad societaria fué importante, en atención a la alta cuota de extranjeros. La Cruz Roja chilena tuvo su cuna en Punta Arenas, al fundarse la asociación local en 1903.

Una Bolsa de Comercio, donde se cotizaban en especial acciones auríferas y ganaderas comenzó a funcionar en 1907.

A fines de siglo se fundó el Club Hípico, institución que años más tarde alcanzó gran desarrollo.

Estos hechos en apariencia contradictorios en una región tan aislada, se explican por el poder económico y el nivel cultural de la población. Mientras el Censo General de 1907 indicaba un 40% de alfabetos para el país, este índice se elevaba a 79.6% en el territorio de Magallanes y a 61.7% en Punta Arenas. Esta característica se mantiene hasta el presente, en que Magallanes es la provincia chilena más alfabetizada.

Al respecto es interesante reproducir el juicio de C.D.G., corresponsal de "El Magallanes" en Santiago, en 1895. Al comenzar su primer artículo expresaba sus temores porque "voy a escribir para un público mucho más exigente que el que de ordinario lee los periódicos, para un público cosmopolita que lee las revistas y publicaciones europeas..."

LA PRENSA DEL NOVECIENTOS

El primer diario que se publicó en Punta Arenas fué "El Comercio", fundado el 26 de octubre de 1900. Su director-proprietario fué Juan B. Contardi, el antiguo gerente de "El Magallanes", quién adquirió una imprenta en Buenos Aires.

En esa época "El Magallanes" era un periódico trisemanal, característica que mantuvo hasta agosto de 1904 cuando se transformó un diario.

Hay fundadas razones para suponer que el señor Contardi, a pesar de fundar "El Comercio", mantuvo relación con "El Magallanes". En enero de 1904, a propósito del aniversario de este último, Lautaro Navarro escribió a Juan B. Contardi: "... Aunque ahora no soy sino un simple empleado en "El Magallanes", me he considerado suficientemente autorizado para celebrar estas bodas de cobre, sin consultar su opinión como propietario i jefe..."

Con anterioridad, en 1902, hubo intercambio de correspondencia entre el Dr. Luis Aguirre Cerca y Contardi, a propósito del servicio telegráfico y los talleres de remiendas. De ella se desprende que el servicio telegráfico iba a ser común y que "El Comercio" realizaría todos los trabajos de remiendas, incluyendo aquellos que se encargaran a "El Magallanes".

No hay constancia en los archivos de "El Magallanes" que esta curiosa simbiosis periodística-comercial entre dos órganos de prensa en apariencia rivales, se concretara.

Con anterioridad al matutino "El Comercio" aparecieron en la ciudad once publicaciones diversas; en su mayoría semanarios de corta vida que no tuvieron trascendencia. Sólo merecen destacarse dos publicaciones. Son "La Prensa", bisemanario que apareció el 30 de junio de 1893 y que se publicó hasta 1902. El 15 de enero de 1899 apareció el semanario "La Nación", que se transformó luego en publicación bisemanal y diaria; dejó de publicarse en 1907.

En la primera década de este siglo la vida de

la ciudad era tranquila, por lo cual llama la atención el editorial de "La Prensa" de 22 de julio de 1901, con ocasión de su tercer aniversario. En parte dice:

"La modesta maquinaria que hasta aquí nos ha acompañado en nuestros trabajos ha sido dos veces secuestrada, nuestras oficinas han sido asaltadas, empastelada nuestra imprenta y robados gran parte de los materiales de ella y por lo que toca a nuestras personas hemos sido arrastrados ante la justicia para responder a querrelas criminales por delitos de imprenta, estos son los frutos de nuestra actitud que a muchos hará recordar las campañas de don Quijote."

Conservándose sólo parte de la colección del periódico y no encontrándose referencias en los otros órganos de prensa, creemos que los supuestos atentados fueron exagerados por la imaginación del editorialista.

Quizas la explicación esté en las siguientes frases de Lautaro Navarro, que al analizar la imprenta en Magallanes (1906) expresó que "la prensa disfruta de completa libertad por cuanto acá no puede aplicarse la ley de imprenta. No gozando los habitantes de Magallanes de derechos electorales, no puede constituirse el jurado de imprenta en conformidad a la ley." Agrega que la prensa ha sabido mantenerse a una digna altura; ha habido algunas excepciones pero "la sanción pública no se ha dejado esperar".

En esos años, considerando los elementos técnicos disponibles, la calidad de los periódicos era excepcional; en presentación no desmerecían a los diarios de Santiago y Valparaíso. "El Comercio" fué desde su aparición por varios años, un diario compaginado e impreso con perfección; a ello agregaba su entidad periodística, superior a "El Magallanes".

Los extranjeros no eran ajenos a la actividad gráfica local y al respecto son de interés los datos que aportó Lautaro Navarro en su obra "Censo General del Territorio de Magallanes".

En 1906 existían cuatro imprentas en Punta Arenas, propiedad de Braun y Cía., Camilo Feliú, Pedro Hrdalo y Guillermo Wells. En conjunto ocupaban 43 operarios que

se distribuían entre 36 tipógrafos, 4 prensistas, 2 encuadernadores y un litógrafo; entre ellos había argentinos, italianos, austro húngaros, alemanes y franceses.

A pesar que la ciudad contaba con energía eléctrica, las 25 máquinas con que estaban dotados los talleres eran impulsadas a mano o a pedal.

LA PRIMERA LINEA TELEGRAFICA

Desde la administración de Balmaceda el Gobierno tuvo el propósito de establecer comunicación telegráfica a Punta Arenas. La primera idea fué instalar un cable submarino entre Chiloe y Magallanes; se hicieron varios estudios y en 1836 por ley se autorizó al Ejecutivo para contratar su construcción. Una propuesta por 119.000 libras esterlinas, de una firma inglesa, luego de aceptada fué desestimada porque la compañía al parecer no respondía de su funcionamiento y mantención.

En el Ministerio de Guerra y Marina no faltó quien propusiera establecer un servicio de palomas mensajeras entre Ancud y Punta Arenas; como la distancia era muy larga, sugería instalar palomares en el trayecto. Esta extraña proposición no llamó la atención de la prensa de Punta Arenas, que la acogió con seriedad. En Argentina se había experimentado con palomas, estableciendo servicios entre Buenos Aires y algunas localidades del interior; un proyecto de extender el "servicio" hasta Río Gallegos no prosperó.

La primera comunicación telegráfica se estableció entre Punta Arenas y Río Gallegos, localidad situada 320 kilómetros al noreste, en la Patagonia argentina. El servicio, de una empresa particular, se inauguró en noviembre de 1900. El progreso no fué muy notable pues Río Gallegos tampoco tenía línea telegráfica con otra localidad; incluso estaba en situación más lemedrada pues los pasajeros, correspondencia y carga procedentes de Buenos Aires eran desembarcados en Punta Arenas y luego embarcados en naves de la flota regional.

Sólo en diciembre de 1902 Punta Arenas pudo disponer de servicio telegráfico adecuado; el día 29 se inauguró una línea con... Buenos Aires.

Mientras nuestros Gobiernos debatían innumerables proyectos, en Argentina proseguían en silencio los trabajos de líneas telegráficas desde Buenos Aires al sur. En esta forma, a fines de 1902 la línea llegó hasta Rio Gallegos.

Punta Arenas, a través de Buenos Aires, quedó conectada con Santiago. Esta situación, si se quiere vergonzosa, no preocupó a nuestros gobernantes pues transcurrieron 12 años hasta que en 1914 se inauguró una moderna radio estación que se comunicaba con Santiago.

LOS PRIMEROS "CABLES"

En enero de 1905 "El Magallanes" y "El Comercio" comenzaron a publicar noticias nacionales y extranjeras con oportunidad. Fué costumbre que los diarios mantuvieran correspondientes en la capital argentina, que seleccionaban el material y lo despachaban a Punta Arenas.

Juan B. Contardi estableció contacto con un periodista argentino en agosto de 1902, para disponer de servicio cablegráfico para "El Comercio". En archivos privados se conservan algunas cartas que aparte de curiosas, indican como se "pirateaban" las noticias.

Un Jefe de Informaciones de "El País" de Buenos Aires ofreció al propietario de "El Comercio" un servicio de 150 a 200 palabras diarias por una remuneración mensual de \$ 100 argentinos. En la madrugada "sacaré de las pruebas las noticias" escribía.

A la prensa local benefició el servicio, pero sea porque la línea telegráfica no daba abasto o porque los propietarios no quisieron incurrir en excesivos gastos, el volumen de cables en general fué reducido. Las noticias eran breves, escuetas, como esta de agosto de 1904: "Telegrama de Londres hoy capitaló Port Arthur". Por muchos años la sección fué complementada con noticias tomadas de los diarios de canje, tanto chilenos como argentinos y uruguayos.

De los antiguos diarios de Punta Arenas, el único que contrató los servicios de una agencia informativa fué "El Magallanes". En marzo de 1906 comenzó a publicar despachos de la agencia Havas.

Como dato ilustrativo hay que señalar que "El Mercurio" de Valparaíso fué el primer diario chileno en disponer de servicio cablegráfico: octubre de 1866.

EL PERIODO DE AUJE

Resulta extraño comprobar como el periodismo magallánico alcanzó su mayor desarrollo, y quizás su mayor brillo, en una época en que se conjugaron varios factores que determinaron el estagnamiento del territorio.

En 1910 se inauguró el ferrocarril transandino, estableciéndose entre Santiago y Buenos Aires una comunicación más fácil y expedita que la larga y azarosa navegación a través del Estrecho. Dos años más tarde se estableció la Aduana en Magallanes, terminando las franquicias de Puerto Libre que otorgó a Punta Arenas en 1868 el Gobierno de José Joaquín Pérez.

En 1914 ocurren dos fenómenos que tuvieron influencia decisiva en el porvenir de la zona; con la apertura del Canal de Panamá gran parte del tráfico marítimo a través del Estrecho comenzó a utilizar la nueva ruta; además, la Primera Guerra Mundial significó que las compañías de navegación alemanas, inglesas y francesas que operaban entre Europa y América del Sur interrumpieran sus servicios dejando a Magallanes en difícil situación.

Durante varios años Punta Arenas sólo recibió naves de la firma armadora Braun y Blanchard, que en 1907 estableció una línea regular a Valparaíso, ayudada por subvención fiscal.

A pesar de estos factores adversos, Punta Arenas que en 1914 tenía 17.240 habitantes y que según el censo general de 1920 alcanzaban a 20.437, tuvo entre 1912 y 1920 cuatro diarios de formato standard, aparte de seis u ocho publicaciones periódicas entre semanarios y revistas de variada índole.

A "El Magallanes" y "El Comercio" se sumó en 1908 el vespertino "Chile Austral", Su primer director fué Samuel Herreros, antiguo redactor de "El Nuevo Siglo" de Santiago y que también dirigió "El Comercio".

En 1912 los sacerdotes salesianos fundaron un diario. Cuatro años antes Monseñor José Fagnano comenzó a publicar un pequeño periódico parroquial, que se distribuía en forma gratuita, para sostener la doctrina y los intereses de la Iglesia: "El Amigo de la Familia".

A fines de 1911 llegó a Punta Arenas el sacerdote uruguayo Luis Héctor Salaverry, quien de inmediato proyectó la publicación de un diario. El 18 de setiembre de 1912 apareció "La Unión", diario matutino que dirigía el abogado y promotor fiscal Luis Valcárcel Gourbis. Al año siguiente la empresa se afianzó al contar entre sus principales accionistas a Francisco Campos Torreblanca; Alfonso, Julio y José Menéndez (h); y Ernesto Hobbs.

"La Unión" de Punta Arenas formó parte del diario homónimo de Valparaíso, que también tuvo ediciones en Santiago y Concepción.

En Punta Arenas, donde casi todos los órganos de prensa eran laicos y de tendencia moderada, la fundación del matutino católico "La Unión" marcó el comienzo de una época difícil y plena de ásperas polémicas.

Con varios días de anticipación anuncios pegados en las calles señalaron la aparición del nuevo diario. "La Unión" apareció en un formato de 10 páginas tamaño standard, acerca del cual un aviso insertado en la página dos expresaba:

"Advertencia. Advertimos a nuestros lectores que la página siguiente ha sido editada en "La Unión" de Santiago. Hemos creído conveniente intercalar en nuestro diario páginas editadas en dicha ciudad, con artículos de interés general, en la seguridad de que ellas serán una información interesante y nueva para todas las personas que no están suscritas a los diarios de la capital."

Un diario homónimo, fundado dos semanas antes y que en la práctica fué periódico, hizo mofa del aviso anterior, diciendo:

"El anuncio hubiera quedado mejor así: En vista de que nos hemos metido en camisa de once varas, hemos resuelto embaucar a nuestros lectores, intercalando hojas de

diarios viejos para presentar una edición de diez páginas."

Y, analizada la situación en forma imparcial, dicho periódico no dejaba de tener razón. Las páginas, en las cuales sólo se suprimía la fecha, contenían material de una semana y algunas veces un mes de atraso. Por lo general eran informaciones de magazine o literatura, pero en más de una ocasión incluyeron noticias de exclusivo interés para Santiago. Esta situación, que se mantuvo casi un año, obedeció a los precarios recursos técnicos con que estaba dotado el taller de "La Unión" de Punta Arenas; la prensa fallaba de continuo y era común que el diario suspendiera sus ediciones durante dos o tres días.

Pero esta curiosa combinación, de la que protestaron en más de una oportunidad los funcionarios del Correc, por el abuso que implicaba llenar sacos y sacos de correspondencia con diarios libres de porte, determinó que en forma indirecta "colaboraran" en el periodismo magallánico, algunas plumas destacadas, como Hernán Díaz Arrieta, Marcial Martínez, Angel Cruchaga Santa María y Francisco Rivas Vicuña que escribían para "La Unión" de Santiago.

La designación del director de "La Unión", Luis Valencia Courbis, como abogado de la Sociedad Explotadora de Tierra del Fuego, casi de inmediato después de su arribo a Punta Arenas, motivó variados comentarios en la prensa. El propio Valencia Courbis, en un reportaje realizado al Presidente del Comité Pro Subdivisión de las Tierras Magallánicas, Juan B. Contardi, escribió: "Que el Director de "La Unión" haya sido nombrado abogado de la Explotadora es un hecho que nada tiene que ver con el criterio del diario respecto de la sub-división de tierras".

LA PRENSA POLEMICA

En 1908 los periodistas de "Chile Austral" se quejaban de "crisis de noticias" manifestando:

"Tarea difícil y escabrosa es hacer periodismo interesante en esta ciudad, en que durante el día, la vida callejera es insignificante y en que al oscurecer todo el mundo se encierra en su casa por falta de espectáculos, y por que al fin y al cabo es lo mejor que puede hacerse."

"Por otra parte, el mundo atraviesa por un período de calma nunca visto, y el servicio telegráfico noticioso tiene que resentirse de languidez. El tema de las relaciones internacionales, que suele ser tan explotado, ahora experimenta una aridez completa, pues hasta los temores de una guerra yanqui japonesa se han desvanecido."

"Por fortuna nuestros lectores puntarenenses se dan cuenta de estas dificultades y tienden que ser indulgentes."

Esa calma que desesperaba a los periodistas no fué sino el preludio de un período de intensa agitación, como lo fueron los años posteriores, en especial a partir de 1914.

La prensa fué fiel reflejo de la tensión ambiente que, en muchas oportunidades, llegó a la polémica virulenta. En general, los diarios de los años 1914 a 1940 en forma aproximada, tienen más vigor y calidad que los actuales.

La polémica religiosa fué, sin duda, una de las más largas y violentas de que haya recuerdo en el periodismo magallánico. Incluso tuvo el mérito, si así puede calificarse, de interesar a órganos de prensa tanto chilenos como argentinos; estos, no se limitaron a comentar la situación, sino que a su vez esgrimieron argumentos y apoyaron la posición de uno u otro bando.

La situación que hizo crisis en los años 1914 y siguientes tiene un origen bastante antiguo, complejo.

Magallanes por su composición social, fué durante muchos años un territorio poco afecto a las observancias religiosas. El número de disidentes era bastante elevado en proporción a los católicos, situación que muchas veces desesperaba a los sacerdotes.

El Pbro. José Isidoro Izquierdo, mercedario, en carta de marzo de 1879 expresaba:

"El ser vice-párroco en esta Colonia... es hacer la obra más grande i meritoria; en primer lugar, porque esta gente, tanto el rico como el pobre, son sumamente impios, con muy pocas excepciones. Aquí se mira muy mal al sa-

cerdote. La vida es sumamente cara... El domingo rezo Misa y no explico el Evangelio en la Misa por lo alargarla más y me expondría a que se quedaran muchos sin Misa, porque, ya he dicho que esta gente es poco religiosa."

La llegada de los sacerdotes salesianos el año 1887, preocupados de establecer misiones para civilizar a los indígenas, encontró poca acogida de parte de las autoridades y muchos pobladores.

Monseñor Fagnano, Prefecto Apostólico desde 1897 hasta su muerte en 1916, fundó las misiones de Isla Dawson en Magallanes, y Rio Grande, en Tierra del Fuego (Argentina). La labor de los salesianos siempre estuvo en tela de juicio; argumentos en su contra fueron la nacionalidad extranjera de todos ellos, su ingerencia en política y el hecho que más bien constituyeran una empresa comercial que explotaba a ambos Gobiernos (chileno y argentino). Un biógrafo de Monseñor Fagnano afirma que las autoridades calificaban a la Misión de Isla Dawson como "una cueva de ladrones".

Incidentes entre pobladores blancos e indígenas durante la administración del gobernador Seforet, fueron motivo de violentas campañas tanto en Punta Arenas, Santiago, Valparaíso y Buenos Aires. Mientas en la capital, "La Libertad Electoral" y "La Lei" atacaban a los salesianos, "El Porvenir" y "El Chileno" los defendían. Incluso "La Nación" de Buenos Aires reprodujo artículos. Los cuatro últimos meses de 1896 constituyó el tema obligado de la prensa metropolitana.

En 1895 la Sociedad Explotadora de Tierra del Fuego acordó entregar a los salesianos una libra esterlina por cada indígena que recogieran y condujeran a la misión de isla Dawson. "Precisamente esa libra esterlina -agrega el biógrafo de Monseñor Fagnano- fué la causa de una de las más ásperas polémicas entre diarios conservadores y liberales."

Por esto no extrañó que en 1908 el presbítero Francisco Javier Cavada escribiera en una circular que "La creación de un periódico católico, de carácter noticioso e instructivo, se impone en esta ciudad (Punta Arenas) que cuenta con tantos órganos de publicidad, ajenos todos ellos

a las cuestiones religiosas y el movimiento católico del mundo."

"... El infrascrito ha resuelto fundar en esta una publicación semanal, destinada a la defensa de las verdades religiosas, hoy tan rudamente combatidas..."

No deben haber sido muchas las señoras que respondieron "con alguna cuota mensual a la propagación de la buena prensa...", como solicitaba el presbítero Cavaña, puesto que el semanario "La Bandera" desapareció a los ocho meses de publicarse su primer número.

La polémica religiosa, siempre latente, brotó con singular violencia en 1914 cuando Monseñor Fagnano vendió a Mayer Braun la concesión de la estancia donde estaba instalada la misión de Río Grande, en Argentina.

"El Magallanes" criticó con dureza dicha negociación, lo que motivó la reacción airada de "La Unión", en cuyas columnas escribían los propios sacerdotes cuando las circunstancias lo exigían.

En esa época destacó el padre uruguayo Luis Héctor Salaverry quien, incluso desde el púlpito, defendió los intereses de la Iglesia. Su gestión como Gobernador Eclesiástico fué tan discutida que "El Magallanes" y "El Comercio" organizaron en febrero de 1914 un comicio público en la Plaza de Armas para pedir su reemplazo por un sacerdote chileno; a esta reunión concurrieron cerca de 2.500 personas. Años más tarde, los propios sacerdotes reconocieron que dicho comicio "fué harto significativo".

A continuación transcribimos algunos párrafos que dan la pauta de los extremos a que se llegó en aquel entonces:

"Es inútil que el órgano salesiano en su artículo de ayer pretenda escaparse por la tangente. La verbosidad vacua, presuntuosa y el equilibrismo acrobático de su Director no han de modificar en un solo ápice la fama, bien merecida, de intrigante y mercachifle de que goza en este pueblo el muy inefable padre Salaverry."

"... Su defensa a base de sorbetes envenena-

dos no consigue borrar la impresión desastrosa que ha producido en el público y hasta en los fieles la doblez felina con que el cura Salaverry manejó el negocio de la estancia." (Editorial de "El Magallanes" - 31 enero 1914)

"¡Tanto va el cántaro al agua que al fin se quiebra!"

"La verdad de este dicho ha quedado de manifiesto una vez más con un artículo de "La Unión" de ayer, reboante de santa ira contra "El Magallanes"..."

"Y fuera de carril el diario con ediciones en Santiago, Valparaíso, Concepción y Punta Arenas, se lanza a la destrucción de la intolerancia, del fanatismo y de otras enfermedades que lo aquejan a él más que a los otros." ("El Comercio" - 31 enero 1914)

"Por una indolencia espartana de nuestros gobernantes, tenemos hoy invadido nuestro territorio, por una secta de mercaderes extranjeros que no se conforman con acaparar dinero, sino que traspasando los límites de lo tolerable tratan de adueñarse de las conciencias." (Colaboración en "El Magallanes" - 5 febrero 1914)

"... El odio inextinguible a sus adversarios, la venganza ruin y el mercantilismo codicioso y avariento, son los rasgos más sobresalientes de una silueta moral cuyos contornos se destacan y dominan sin contrapeso en el escenario de la Iglesia local."

"... Pida el señor Obispo (de Ancud) la colección completa de La Unión y recorra una por una todas las hojas de ese pasquín con ropaje de cosa decente..." (Editorial de "El Magallanes"; referencia al padre Salaverry 6 febrero 1914)

"La eterna majadería. Odioso sectarismo. ¿Como puede hablar este diario (El Magallanes) en nombre de los chilenos contra un sacerdote extranjero, por el hecho de predicar doctrinas que como religiosos y católicos son universales y no sujetas a la modalidad nacional, si el propio dueño de dicha hoja es extranjero, y más extranjero si cabe, que el sacerdote uruguayo (L.H. Salaverry), pues al paso que este es un latino sud-americano, aquel es un eslavo, es un austriaco?... (Pedro Hrdalo)"

"En cambio "El Magallanes", este extraño paladín de un liberalismo que no es tal, ¿cuando no aparece atacando a los frailes y a los católicos, porque aquellos dicen y estos oyen misa, porque venden tierras que les pertenecen, porque entre vender a huevo y vender a libra prefieren esto último..."

(Artículo en "La Unión" - 30 enero 1914)

En esta ocasión la polémica tampoco se limitó a la prensa local, sino que tomaron parte "La Mañana" de Santiago, "El Día" de Valparaíso y "El Sur" de Concepción, órganos que reprodujeron varios de los editoriales y artículos polémicos.

LA INQUIETUD SOCIAL

Pero Magallanes no sólo vivió momentos tensos por la polémica y la pugna religiosa. El despertar de la clase obrera fué tan o más intenso que en el resto del país; incluso la historia del Territorio registra algunos episodios sangrientos sólo comparables a la huelga de Antofagasta (1906) y los sucesos de Iquique (1907).

En Magallanes se constituyó el primer sindicato que existió en el país; a pesar que los habitantes no tenían derechos políticos, siempre fueron mayoritarias las fuerzas de izquierda.

El 23 de enero de 1919 ocurrieron los luctuosos sucesos de Puerto Barrios y Puerto Natales, en Última Esperanza. Una huelga de obreros de establecimientos frigoríficos exigiendo abaratamiento de los artículos de consumo, culminó en choques y tiroteos con fuerzas policiales. Murieron varios policías y obreros; hubo numerosos heridos.

En la madrugada del 28 de julio de 1920 se produjo en Punta Arenas el asalto e incendio de la Federación Obrera de Magallanes, como culminación de un período de gran agitación social. El local fué sitiado por miembros de la llamada "Guardia Blanca", quienes luego arrojaron sustancias inflamables e incendiaron el edificio. Allí perecieron varios dirigentes de la organización obrera.

A esta época turbulenta corresponde la publicación de los primeros periódicos obreros o de tendencia política avanzada.

LA PRENSA PERIODICA

Aparte de los diarios que se publicaron en Punta Arenas, en el territorio y luego provincia de Magallanes aparecieron en distintas épocas diversas publicaciones periódicas.

Manuel Zorrilla, ex director de "El Magallanes", realizó hasta 1925 un recuento de todas las publicaciones aparecidas hasta ese año. Corresponden a 7 diarios, 22 revistas, 115 periódicos diversos y 8 periódicos manuscritos.

De estos últimos, "El Microbio" fué la primera publicación que circuló en Punta Arenas; apareció en 1888 y en total se publicaron cuatro números.

De los periódicos impresos, varios corresponden a las colonias extranjeras residentes y estaban redactados en el idioma respectivo. Entre otros "The Magallan Times" "Domovina" y "Yugoslovenska Domovina", "El Eco de España" e "Hispania", "Deutsches Wochenblatt".

Los restantes fueron de diverso carácter: comerciales, obreros, satíricos, políticos, religiosos, gremiales, infantiles, deportivos e hípicas, literarios, patrióticos, de espectáculos, estudiantiles, de información general. Sus títulos indicaban, por lo general, su contenido: "El Paria", "El Socialista", "El Clarinete", "El Penequita", "La Huasca", "Parish Notes St. James Church", "La Revista Teatral", "Mireya", "El Plumero".

DE 1925 A LA EPOCA ACTUAL

Antes de analizar este período debemos señalar que el 6 de diciembre de 1922 salió a luz el primer número de "La Nación", diario de mediodía en formato standard. Esta publicación tuvo una existencia lánguida y bastante breve, pues dejó de editarse en julio de 1925. Con anterioridad existió otro diario de este nombre en Punta Arenas.

Después de 1925 se editaron en Punta Arenas diversas publicaciones, pero menos numerosas que en los años precedentes.

En la década del 30 surge el periodismo político, hasta 1932 Magallanes fué territorio y en consecuencia

sus habitantes carecían de derechos ciudadanos y de representación parlamentaria. Carlos Dávila durante el gobierno de "los cien días", mediante Decreto-ley, transformó a Magallanes en provincia.

Los partidos políticos se constituyeron ese año; con anterioridad algunas colectividades tuvieron existencia nominal. La primera elección en que participó Magallanes fué la parlamentaria de 1933, cuando eligió a su primer diputado.

De esa época datan "La Estrella" (1932), periódico radical; "El Productor" (1930); "La Voz de Magallanes" (1932), órgano del Partido Regionalista; "Crónica Magallánica" (1940), vocero socialista; "Avance" (1943), periódico comunista, y otras publicaciones de carácter político. Editados en formato tabloide, su aparición fué ocasional y por lo general en vísperas de comicios electorales.

De las revistas, tuvieron bastante difusión la "Revista Meléndez Peñety", que se publicó mensualmente a partir de enero de 1924. Aparte de información comercial contenía crónica general. En junio de 1925 comenzó a editarse "La Revista Austral", magazine ilustrado, con informaciones teatrales, deportivas y artículos literarios.

"Noticias Gráficas de Magallanes", revista quincenal en formato tabloide, fué el primer intento de publicación periodística moderna. Apareció en octubre de 1944; su director-proprietario fué Julio Ibañez Paredes. Su intención, al parecer, fué crear una revista similar a "Ercilla" o "Vea" pero con carácter local. Pese a su discreta calidad alcanzó éxito y se publicó hasta 1953.

En noviembre de 1948 apareció "Actualidad Magallánica", revista similar a la anterior pero de corta existencia, pues terminó en agosto de 1949. Fué el último ensayo en la materia.

LA PRENSA ACTUAL

En la actualidad sólo se editan dos diarios en Punta Arenas; son el matutino "La Prensa Austral" y el vespertino "El Magallanes".

De los diarios primitivos, "El Magallanes" es la única publicación que subsistió y en la actualidad es el sexto diario de Chile considerando su antigüedad.

"Chile Austral" dejó de publicarse en febrero de 1920. "El Comercio" suspendió sus ediciones en junio de 1919; reapareció meses más tarde para desaparecer en 1922. "La Nación" dejó de editarse en julio de 1925. Por último "La Unión" suspendió su publicación el 28 de octubre de 1935 a raíz de un incendio que destruyó sus talleres.

En el local de "La Unión", con elementos salvados del siniestro y algunas máquinas nuevas comenzó a publicarse en 1939 el diario "La Verdad"; en agosto de 1941 se modificó la sociedad editora y el diario cambió su nombre por "La Prensa Austral".

Podemos considerar a "El Magallanes" y "La Prensa Austral" como únicos exponentes del periodismo en Punta Arenas, pues periódicos o revistas de salida eventual no son dignos de mención.

Ampliando el concepto, son los únicos exponentes de la prensa en la provincia pues los periódicos de otras ciudades son deficientes. En Puerto Porvenir, capital del departamento de Tierra del Fuego, se publica el semanario "El Porvenir", fundado en 1936. En Puerto Natales, capital del departamento de Última Esperanza, se editan los periódicos "El Austral" y "Claridad".

En Magallanes observamos en escala menor, el mismo fenómeno que se produce entre la prensa de Santiago y de provincias. Periódicos pequeños, con limitados recursos técnicos e informativos, no pueden competir con los voceros de la capital de la provincia -Punta Arenas- que se distribuyen en Porvenir y Natales en forma oportuna. Sin desconocer el mérito de estas publicaciones tabloides, que deben luchar con tanto factor adverso, hay que convenir en que tienen una existencia lánguida y son poco más que boletines de anuncios legales.

PERIODISTAS DESTACADOS

Un premio Nobel de Literatura, un miembro de número de la Academia Chilena de la Lengua, un director-administrador de "El Mercurio" de Valparaíso, figuran entre las personalidades más destacadas que colaboraron en el periodismo magallánico.

Lucila Godoy Alcayaga (Gabriela Mistral) fue colaboradora de la revista literaria "Mireya", cuyo primer número se publicó en Punta Arenas en mayo de 1919. Gabriela Mistral llegó a Magallanes en 1918, cuando el Gobierno la designó directora del Liceo Fiscal de Niñas de Punta Arenas. En "Mireya" dirigió la sección "Páginas de educación popular", aparte de publicar algunas de sus producciones literarias.

No hay constancia de que Gabriela Mistral escribiera en alguno de los cuatro diarios que en esa época se editaban en Punta Arenas.

El presbítero Francisco Javier Cavada Contreras, que fuera miembro de número de la Academia Chilena de la Lengua, impulsó el periodismo católico en Punta Arenas cuando desempeñó el cargo de Gobernador Eclesiástico de Magallanes. Nació en Ancud en 1864, siendo ordenado sacerdote en 1889.

En 1908 fue nombrado Gobernador Eclesiástico de Magallanes. Para contrarrestar la influencia de los órganos de prensa, todos laicos, fundó los periódicos "La Bandera" y "La Luz", en los cuales colaboró en forma activa.

Sin embargo su labor más positiva tuvo lugar años más tarde. Fue Vicario General de Temuco y más tarde nombrado canónigo honorario de la catedral de San Carlos de Ancud. Escribió con frecuencia en la prensa, defendiendo la pureza del idioma; en 1933 ocupó la vacante dejada por el historiador José Toribio Medina en la Academia de la Lengua.

Humberto Fernández Godoy, director-administrador de "El Mercurio" de Valparaíso (1902-1904) y con anterioridad redactor fundador de "El Mercurio" de Santiago, vivió varios años en Punta Arenas; además de ejercer la abogacía le cupo destacada participación en la prensa de Punta Arenas.

Refiriéndose a él, Carlos Silva Vildósola escribió con ocasión del primer centenario de "El Mercurio": "Humberto Fernández Godoy, un nieto del coronel Pedro Godoy, personalidad fuerte, dotada de enorme cultura..."

Fernández Godoy vivió en Punta Arenas entre 1914 y 1920. Durante varios años fué director-propietario del matutino "El Comercio". Muy estimado por su ingenio, acostumbraba improvisar versos humorísticos, muy celebrados, que luego se publicaban en la prensa. El abogado porteño Camilo Feliú Hurtado fué el sucesor de Fernández Godoy, como editor y director de "El Comercio".

Zenón Segundo Murillo, destacado colaborador de "El Mercurio" y "Las Últimas Noticias" de Santiago, permaneció más de un decenio en Punta Arenas. Durante la administración Sanfuentes fué nombrado Jefe del Resguardo Aduanero local; trasladado a Penco, en 1924, como administrador de Aduana, falleció meses más tarde. En Magallanes se desempeñó como corresponsal de "El Mercurio" de Santiago.

También merecen mención Eduardo Phillips H., corresponsal de "El Comercio" en Santiago, cuando apareció dicho matutino en 1900. Phillips, ex diputado por Antofagasta y ex subsecretario de Relaciones Exteriores durante el Gobierno de Jorge Montt, era director del diario radical "La Ley" de Santiago.

Samuel Herreros, antiguo redactor de "El Nuevo Siglo" de Santiago, fué director de "El Comercio" y editor del mismo a partir de 1906. Más tarde, de marzo a mayo de 1908 fué director del vespertino "Chile Austral".

Eduardo Cienfuegos Bravo, durante varios años jefe de crónica de "El Mercurio" de Santiago, fué director de "El Magallanes" de 1916 a 1919. El Dr. Luis Aguirre Cerda, amigo personal del gobernador Señoret, fué durante breves períodos administrador y director de "El Magallanes".

DEBILITAMIENTO Y RETROCESO

DEL PERIODISMO MAGALLANICO

- o A mayor población hay menos diarios con menor circulación.
- o Es más fácil escuchar radioemisoras argentinas, uruguayas o brasileñas, antes que chilenas.
- o Antes había más "hinchas" de Boca Juniors o Racing, que de Universidad de Chile o Colo Colo.
- o Los matutinos de Santiago demoraban antes quince días; ahora se venden el mismo día en la tarde.
- o Problemas de un periodismo "transandino".

El periodismo magallánico está en retroceso. En términos matemáticos podría formularse la siguiente "ley": La disminución del número y de la circulación de los diarios de Punta Arenas es proporcionalmente inversa al aumento de la población.

Es un absurdo, pero un absurdo evidente, real.

Las causas que lo motivan pero no lo justifican son variadas; analizaremos las principales para expresar luego algunas ideas que estimamos básicas para reencontrar la senda extraviada.

Al hablar de periodismo nos referiremos sólo a Punta Arenas, capital de la provincia y centro de la mayor parte de estas manifestaciones.

ESTAGNAMIENTO Y RETROCESO

Que Punta Arenas con una población de 54.578 habitantes, de acuerdo a las cifras provisionales del Censo de 1960, posea dos diarios es un buen índice para un extranjero. Son pocas las ciudades del país que tienen más de un órgano de prensa; centros de mayor población, como Antofagasta, Chillán o Temuco, poseen "el diario" característico.

Sin embargo entre 1912 y 1920, con una población inferior a 20.000 habitantes, Punta Arenas contaba con dos matutinos y dos vespertinos además de una docena de periódicos diversos.

El retroceso es evidente. Resulta paradójico que a mayor población existan menos diarios y estos tengan menor circulación. Incluso menos días de aparición; en época próspera "El Magallanes" (1921/42) y "La Prensa Austral" se editaban los días domingos. Esta edición dominical fue suspendida por antieconómica, limitándose ambas empresas a editar los diarios en días hábiles.

Esta realidad resulta tanto más lamentable si consideramos que Magallanes, por su ubicación geográfica y condicionantes sociales, tiene características muy favorables para que surja una prensa fuerte, vigorosa, con caracteres muy distintos a los diarios de la capital y de las demás provincias.

Consideramos que las principales causas de este fenómeno son:

1. Aparición de la radiotelefonía;
2. Orientación errada de los diarios y carácter poco representativo;
3. Competencia de los matutinos y revistas de Santiago, como consecuencia de la evolución e incremento de las comunicaciones aéreas;
4. Limitaciones en la distribución a otros centros urbanos y sectores rurales, por carencia de medios de movilización adecuados y baja densidad promedio del número de habitantes por kilómetro cuadrado;
5. Pérdida del espíritu periodístico y del sentido de la superación profesional.

APARICION DE LA RADIOTELEFONIA

En 1930 comenzó a transmitir la primera radioemisora comercial que existió en Magallanes. CD III, Radio Austral, que aun existe. Con anterioridad, en 1927 llegaron a Magallanes los primeros receptores de radio. Con estos, los auditores captaban programas de las emisoras argentinas, uruguayas, brasileñas e, incluso, europeas.

Hay que consignar un fenómeno extraño pero que técnicamente tiene fácil explicación. Punta Arenas está situada, si se permite la salvedad, al este de la Cordillera de Los Andes. En consecuencia, las ondas emitidas por las emisoras de Santiago y, en general de Chile, deben atravesar la cordillera para llegar a Punta Arenas. En cambio, hacia el Atlántico no hay barreras naturales por lo cual se captan con mayor nitidez las emisoras extranjeras.

Este curioso fenómeno también acrecentó la integración de Magallanes con Argentina y, en general, los países del Atlántico.

Era habitual escuchar transmisiones de un concierto sinfónico o de una ópera representada en el Teatro Colón de Buenos Aires o el Teatro Solís de Montevideo, en vez del Teatro Municipal de Santiago; el "hincha" futbolístico con frecuencia conocía mejor a los jugadores y la campaña de Boca Juniors o Racing de Buenos Aires, que de Colo Colo o

Universidad de Chile, por ejemplo.

La radio cumplió un objetivo que los diarios no podían lograr. Captó de inmediato la población rural y se transformó en un servicio público al irradiar mensajes particulares entre la ciudad y zonas rurales alejadas o de difícil acceso.

ORIENTACION DE LOS DIARIOS

Los diarios, que durante décadas monopolizaron el proporcionar informaciones y esparcimiento a la población, sufrieron un rudo impacto con la aparición de la radiotelefonía. Esta última se desarrolló en forma pausada -en la actualidad hay tres radioemisoras en Punta Arenas- de manera que la disminución de lectores de los diarios fué un proceso paulatino.

La prensa permaneció insensible ante la transformación operada, sin variar sus características ni su orientación. Que antes estas fueran ideologizadas era difícil comprobar y por último no importaba; el público debía optar entre comprar los diarios o quedarse sin nada.

Durante años primó una mal entendida tradición, con los resultados previsibles. Lo estático sobre lo dinámico.

COMPETENCIA DE LA PRENSA METROPOLITANA

Aparte de la radiotelefonía, en 1946 comenzó a surgir otra competencia que tampoco fué valorada. Los diarios de Santiago comenzaron a competir y a desplazar a los diarios locales.

Mientras las comunicaciones marítimas fueron el único vínculo de Magallanes con las otras provincias y las naciones del Atlántico, los escasos ejemplares atrasados de la prensa de Santiago y Buenos Aires poco significaban. A pesar de su calidad superior, como medio informativo no podían competir una o dos semanas después de su aparición.

En 1945 Magallanes se incorporó a la era de la aviación comercial. La Línea Aérea Nacional fundó la Posta Magallanes, iniciando servicios regionales entre Punta Arenas y localidades de la zona.

Un año más tarde se creó con carácter experimental la línea Santiago-Punta Arenas; una vez o dos por semana, si los pequeños bimotores Lockheed Lodestar o los Douglas DC-3 tenían buen tiempo en la ruta, algunos puntarenenses podían leer diarios de Santiago en las últimas horas del día.

Recordando los hechos, creemos que ningún periodista magallánico pensó en que aquello que era una mera curiosidad pudiera transformarse un día en difícil competencia.

Pero así ocurrió. Hoy día, en poco más de cinco horas, cuádrimotores Douglas DC 6-B de LAN-Chile unen Santiago con Punta Arenas. Poco después de mediodía los matutinos de Santiago están a la venta en quioscos y librerías de la ciudad.

Con cinco vuelos semanales, la prensa metropolitana es casi un competidor diario. Incluso se venden ejemplares del día anterior que, debido a las informaciones del deporte o la hípica por ejemplo, siempre atraen al lector.

Los matutinos de Santiago significan en la actualidad un 25% de los diarios que se venden en Punta Arenas. Son 1.500 ejemplares que se distribuyen en la proporción siguiente:

"Clarín", 500; "La Nación", 400; "El Mercurio", 300; "La Tercera de la Hora", 300; "El Diario Ilustrado", 50; "El Siglo", 50.

En menor número llegan algunos días matutinos bonaerenses en los aviones de Aerolíneas Argentinas o "Austral", que sirven la ruta Buenos Aires-Punta Arenas con cuatro frecuencias semanales.

Con las revistas chilenas ocurrió algo similar; su distribución aérea en vez de marítima equivalió a vender pan fresco en vez de añejo. También significan competencia; como complemento he aquí las principales cifras:

"Vea", 4.000 ejemplares; "Ercilla", 800; "Ecran", 600; "Estadio", 500; "Zig Zag", 400; "Confidencias", 300; "Fausto", 200; "Topaze", 100; "Entretelones", 50.

También son interesantes algunas cifras acerca de publicaciones extranjeras. Los datos siguientes son aproximados, pues corresponden a un sólo distribuidor:

"Selecciones", 1.200 ejemplares; "Mecánica Popular", 400; "Life", 200; "O' Cruzeiro", 100.

DISTRIBUCION LIMITADA POR FACTORES GEOGRAFICOS

La "loca geografía" chilena no es sin lugar a dudas con mayor carácter en el extremo austral del país. Magallanes es la provincia más extensa del país, después de Antofagasta, pero tiene la menor densidad con sólo 73.577 habitantes de acuerdo al dato preliminar del Censo de 1960.

La distribución de los diarios es dificultosa. La población que antes vivía en su gran mayoría en Punta Arenas, se ha desplazado a otros centros poblados o sectores rurales. Puerto Natales, Puerto Porvenir, Cerro Sombrero, Puerto Williams son localidades de relativo tamaño que geográficamente están cerca pero en la práctica lejos de Punta Arenas.

Puerto Porvenir, capital del departamento de Tierra del Fuego, está a 25 kilómetros en línea recta de Punta Arenas, pero en la otra margen del Estrecho. Un vuelo comercial diario o un viaje marítimo día por medio no son el ideal para la difusión de la prensa. La distribución rural en la práctica no existe; con una densidad de 0.4 habitante por kilómetro cuadrado, no hay medio económico que lo resista.

FALTA DE ESPÍRITU PERIODÍSTICO

Además de los aspectos negativos señalados, hay que agregar otro que es desolador: la carencia de espíritu y sentido periodístico en gran parte de los profesionales magallánicos.

En Santiago muchas veces un reportero reclama de la línea ideológica o de las remuneraciones de la empresa o periódico en que trabaja, pero jamás pierde el sentido casi innato de la competencia, de la superación frente al colega de otro diario.

Es común buscar el "golpe", la noticia exclusiva, o explotar un acontecimiento desde un nuevo ángulo,

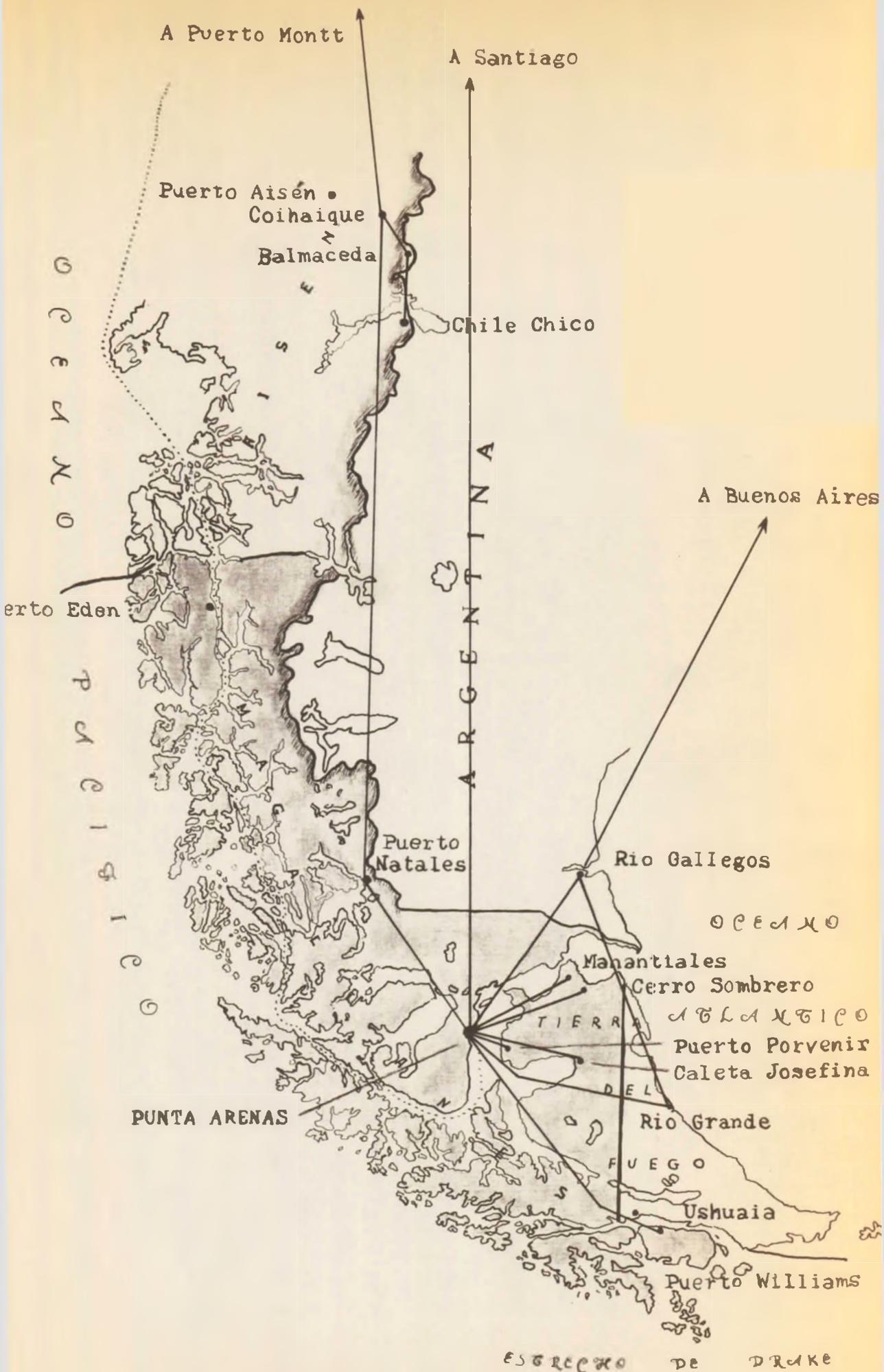
- o Las emisoras de Argentina, Uruguay y Brasil se escuchan mejor que las radios nacionales.

- o La "loca geografía" conspira contra una mejor distribución de la prensa.

- o El movimiento aéreo tiene las mismas frecuencias semanales con Santiago y Puerto Montt, que con Buenos Aires y Rio Gallegos.

- o La prensa de Punta Arenas, por razones geográficas, será siempre provincial.

- o El avión es el medio de transporte habitual. LAN-CHILE, Aerolíneas Argentinas y Austral, operan en la provincia.



eah/61

Escala 0 50 100 Km

Rutas aéreas nacionales e internacionales: —

para darle novedad o interés. Un periodista puede tener una formación cultural incompleta pero nunca carecerá del "olfato" profesional. Quienes no se adaptan a estas condiciones esenciales son desplazados, si alguna vez obtienen un puesto estable.

En este sentido resulta increíble observar como muchos periodistas magallánicos no tienen obstáculo en leer y transcribir informaciones del otro diario local, por lo general sin quitar ni agregar nada. Esto acontece por igual en ambas publicaciones y es un vicio incalificable.

Otro aspecto negativo es la falta de imaginación o de criterio para valorar las informaciones y la tendencia a recurrir siempre a la fuente más sencilla o cercana, con lo cual los diarios en cuanto a crónica se refiere se transforman en gacetas de determinados servicios públicos o sectores de la población.

Con los factores mencionados, para recuperar el terreno perdido es imprescindible cultivar virtudes y no acentuar esta desconformación ético-profesional.

APRECIACIONES Y POSIBLES SOLUCIONES

En forma somera, de acuerdo a los puntos abordados, plantearemos algunas soluciones para dar un carácter constructivo al presente análisis.

La aparición de las radioemisoras es un hecho concreto. Ocuparon un espacio libre y están compitiendo con la prensa escrita. La palabra escrita fué desplazada por la palabra hablada, en parte por la ley del menor esfuerzo. Además se agregó la música y otros factores, como la rapidez y mejor difusión, que constituyen ventajas claras sobre cualquier impreso.

La defensa de los periódicos está ante todo en la información gráfica y en un mayor volumen y variedad de material, incidiendo en aquellos aspectos inaccesibles para la radio. Historietas, horóscopo, crucigrama, magazine e ilustraciones variadas como complemento de cualquier información.

Basta leer las cifras de los ejemplares que venden los diferentes diarios matutinos y revistas de la ca-

pital, para apreciar cual es el tipo de información que más busca el lector.

Sin llegar a extremos peligrosos, como señalamos con anterioridad, los diarios de provincia deben contener material apropiado a todo tipo de lector. Económicamente un "Mercurio" o un "Clarín" fracasan en un medio limitado no hay suficiente número de lectores para justificar un gran volumen de cables extranjeros o sesudos artículos de redacción, como tampoco hay suficientes lectores que quieran la morbosa noticia policial.

La premisa de considerar a un diario como instrumento de cultura es también muy relativo. Nada obtenemos con escribir en difícil o abordar temas de alto vuelo si nuestra publicación será adquirida por la masa.

A primera vista la competencia de las publicaciones metropolitanas puede considerarse como la radio, un factor inamovible. No lo estimamos así. ¿Cual es el arma de combate para los diarios de provincia? Poner en práctica aquel concepto muchas veces olvidado de la Proximidad.

¿Que busca el lector medio de "La Nación"? Deportes e hípica. ¿Porqué no hacer el mismo tipo de periodismo respecto a los clubes de fútbol y los jugadores de Punta Arenas? ¿Dar apurtes y "datos" hípicos del hipódromo local en vez de los de Santiago?

Consideramos obvio un mayor interés por conocer la vida del crack que vive en la ciudad, el barrio, en vez del jugador que milita en un cuadro extranjero.

¿Qué busca el lector de "Clarín"? La nota policial, el ingenio y la chispa en los titulares. ¿Porqué no comentar el accidente ocurrido en las afueras de la ciudad en vez de referirse a otro hecho similar ocurrido en Iquique, por ejemplo?

El lector busca determinado alimento y adquiere aquel que más le satisfaga. No hay duda que un mismo hecho, si ocurre en Punta Arenas tendrá mayor interés que el de Iquique.

Contra el factor geográfico y la despoblación no hay nada que hacer; al menos, un esfuerzo económico que

compense el gasto.

En cuanto a la formación y espíritu profesional, es algo que deberá remediarse a largo plazo. Ante todo hay que disponer de adecuados elementos directivos; jefes de crónicas, por ejemplo, que hagan rendir al máximo a sus reporteros, guiándolos y orientándolos.

Esta falta, en menor o mayor grado, debe ser común en todo el país y consecuencia de la apacible vida provinciana.

VALPARAISO:

UNA PRENSA EN CRISIS

- o "El Mercurio" se leía en Nueva York y podían contratarse anuncios en Londres.
- o "La Unión" se editaba en cuatro ciudades.
- o Las diligencias tardaban 24 horas entre Valparaíso y Santiago.
- o Más tarde, el tren nocturno empleaba 8 horas 20 minutos "de subida".
- o "El Mercurio" y "La Unión" se redactan en Santiago.
- o Los matutinos de Santiago se venden antes que los diarios locales.
- o "La Unión" ha disminuido su circulación en un 30%.
- o De prensa "continental" a prensa "provincial".

Muchas personas ignoran que cerca de la mitad de los matutinos que se venden en la ciudad de Valparaíso, en días hábiles, son editados en Santiago.

Hace cien años se podía leer "El Mercurio" en Nueva York u ordenar un anuncio en Londres, por ejemplo; ahora hay dificultad para comprar un ejemplar en Llay Llay.

"La Unión" mantenía hace cincuenta años ediciones en Santiago, Concepción y Punta Arenas. En la actualidad su venta en el puerto supera en forma leve la de "Clarín".

"El Herald", vespertino fundado en 1888 fue como expresa Raúl Silva Castro, "uno de los diarios más interesantes de Valparaíso. Desapareció en 1953 cuando "se publicaba como simple boletín de citaciones judiciales y otras piezas de publicidad obligada".

¿Qué ocurrió y que ocurre con el periodismo porteño, que muestra una crisis tan evidente?

El antaño pujante diarismo se recogió como el caracol en su concha, en presencia del enemigo.

Perdió iniciativa, espíritu de lucha; de la ofensiva pasó a la defensiva. Antes ocupaba campo enemigo y ahora permite que el enemigo invada su territorio en un avance decidido.

Observando esta "guerra periodística" sólo cabe preguntarse. ¿Resistirá la caparazón del caracol? ¿Morirá de inanición? Estas angustiosas interrogantes son las que intentaremos responder a continuación.

LA EPOCA DE ORO

La historia de Valparaíso fue pródiga en acontecimientos, desde modesto poblado de los tiempos de la Conquista hasta transformarse en el puerto más importante del Pacífico.

Su auge fue rápido pues "era un destartalado poblachón" en 1834, cuando llegó el editor Santos Tornero. Este escribió años más tarde en "Reminiscencias de un viejo editor" que "Era Valparaíso en el año 34 una población muy atrasada todavía. No había en ella más calle empedrada que la de la Planchada (hoy calle Serrano)..."

Sin embargo la bahía comenzó a albergar pocos años más tarde decenas de buques de todos tipos, tamaños y banderas. De las cuatro páginas de "El Mercurio", la primera y la última estaban destinadas casi por entero a las informaciones y anuncios marítimos. Era habitual que hubieran sesenta u ochenta naves surtas en la bahía.

Las "informaciones de Santiago" eran escuetas y de dos o tres días antes; casi todas de carácter político pues no interesaba otra cosa que "las sesiones de las Cámaras".

La cuna y centro vital del diarismo chileno estaba en Valparaíso desde la fundación de "El Mercurio" en 1827. La prensa política de Santiago nació y creció con igual facilidad.

Esta desmedrada situación hizo escribir a Domingo Faustino Sarmiento en 1842 que "Establecer un diario en la capital de nuestra República es lo mismo que elevarla al rango que le corresponde por la civilización y cultura de sus habitantes, por la industria que en ella se desenvuelve, por la influencia que sobre la nación ejerce. Vale aquello tanto como sacar a la primera ciudad de la República del vergonzoso pupillaje en que hasta hoy ha permanecido, viéndose forzada a recurrir a las prensas de Valparaíso, a mendigar un rincón en las páginas del "Mercurio" o de la "Gaceta"...

Sarmiento, ex redactor de "El Mercurio", ocupó igual cargo cuando apareció "El Progreso", el primer diario que existió en Santiago, el 10 de noviembre de 1842.

Pero los editores de "El Progreso" no se lanzaron a la aventura sino cuando el Gobierno duplicó el presupuesto que destinaba a subvencionar la prensa.

Pese a contar con diarios propios, Santiago continuó largos años en segundo plano. Los periodistas porteños, lejos de ver una competencia, se felicitaron del avance del periodismo metropolitano.

Miguel Piñero, redactor de "El Mercurio" escribió:

"Por lo que hace a la parte que "El Mercurio" tiene en la prensa nacional, no vemos en "El Progreso" sino un auxiliar poderoso e indispensable... Colocados nosotros en la puerta principal de la República, como centinela avanzada, y consagrado especialmente nuestro diario al comercio y a las noticias, nos toca por una parte importar al suelo patrio las producciones de la inteligencia extranjera, sus hechos y su política: objetos cuyo consumo son ya de primera necesidad en el país; y por otra, hacer conocer en el exterior, hasta donde lleguen las páginas de "El Mercurio", los actos de nuestro Gobierno y el desenvolvimiento de la prosperidad de Chile. Creemos, pues, que "El Progreso" será el periódico de Santiago, lo que no es una pequeña parte en la prensa nacional, ni una fácil tarea; mientras que "El Mercurio" con sus títulos de 15 años de existencia, es y será el periódico de la República."

Consideramos de interés reproducir los conceptos de Sarmiento y Piñero porque tienen mayor validez que cualquier juicio emitido ahora, analizando los hechos en forma retrospectiva y con escasos elementos de juicio.

LA EXPANSION DE LA PRENSA PORTEÑA

Es sorprendente el desarrollo que alcanzaron los diarios de Valparaíso, en especial "El Mercurio", de acuerdo a la época.

Ahora no vacilamos en catalogarlos, dentro de nuestra clasificación, en tercera categoría: diarios de provincia. Pero si aplicamos la misma medida a "El Mercurio" de 1860, por ejemplo, tendríamos que establecer una super categoría. Más que "diario nacional" fué un "diario continental" que incluso mantuvo agencias de venta y recepción de avisos en Europa.

El retroceso es evidente en los últimos cien años. Quienes analizaron y comentaron la historia de "El Mercurio" coinciden en estimar que el auge de la empresa comenzó cuando la adquirió Agustín Edwards Ross, en enero de 1880, y que su expansión se debió a la visión de su hijo, Agustín Edwards Mac Clure.

Sin duda así aconteció en el aspecto económico y técnico, pero en el plano periodístico lo ponemos en

duda. Consideramos que el período más brillante del diario correspondió al lapso en que perteneció a Santos Tornero (1842/64) y luego a sus hijos Recaredo y Orestes.

Analicemos "El Mercurio" de hace un siglo: 1860.

La empresa tenía 42 agentes en el país, desde Copiapó hasta Aconcagua, y 41 en el extranjero; estos últimos en ciudades tan distintas como Iquique, Cobija, Mendoza, San Juan, Nueva York, Liverpool, París o Berlín.

Los londinenses podían leer gratis "El Mercurio" en el establecimiento de Píldoras y Ungüento Holloway, Strand 244. Allí también se recibían "las suscripciones y los anuncios de Inglaterra para este diario".

Se editaba "El Mercurio de Provincias", ocho veces al mes, que tenía "por principal objeto facilitar con el menor gasto posible a todas las poblaciones de la República el conocimiento de los más importantes acontecimientos del mundo, en política y comercio especialmente".

Desde febrero de 1847 la empresa editó dos ediciones; la segunda destinada a Santiago. Esta última "a la hora de partir el correo para la capital".

Con gran ingenio Tornero ideó que "tirándose por la tarde la impresión que debe repartirse al día siguiente, nuestros suscriptores de Santiago leerán a la misma hora que nuestros suscriptores de Valparaíso el mismo número del "Mercurio".

Además se publicaba "El Mercurio del Vapor", una vez al mes. Esta publicación redactada en inglés y castellano, contenía el movimiento portuario, noticias de Aduana, precio corriente de artículos de importación y exportación, movimiento de los mercados extranjeros.

La empresa no se limitó a editar periódicos, sino mantuvo un taller de remiendos y la famosa "Librería del Mercurio", verdadera editorial a la cual se debió la publicación de numerosas obras.

El limitado tiraje de estas publicaciones puede esgrimirse como argumento contrario a nuestra tesis; sin

embargo, analizando factores socio-económicos estimamos que los exiguos tirajes no obedecían a pobreza de recursos técnicos del taller sino a características de la población.

Es difícil determinar que tiraje tenía en 1856 "El Mercurio" de Valparaíso. Roberto Hernández en "Valparaíso en 1827", luego de somero análisis concluye que la circulación no podía ser mayor a 500 ejemplares en los primeros años. De estos, 200 los adquiría el Gobierno a mitad de precio, 94 correspondían a suscriptores; Hernández estima en 200 números la venta callejera, con lo cual completa la primera cifra.

Estimando en 25.000 habitantes la población de Valparaíso (ciudad) el tiraje no podía sobrepasar los mil ejemplares. Pese a todo, para la época era una cifra considerable. No es aventurado estimar en 85% la población rural y en proporción similar el número de analfabetos.

Los historiadores de "El Mercurio" hacen mucho hincapié en la adquisición de una rotativa Derrley, que trajo de París Agustín Edwards Ross y que significó gran impulso para la empresa. Creemos que si el señor Edwards adquiriere el diario dos décadas antes en ningún instante habría considerado la compra de una costosa rotativa, para editar mil ejemplares.

EL ESTAGNAMIENTO DE VALPARAISO

Nuestro primer puerto alcanzó su mayor desarrollo en los primeros años del presente siglo; representaba un tercio del movimiento comercial de todo el país. La apertura del Canal de Panamá, la construcción del ferrocarril transandino, la habilitación del puerto de San Antonio, el terremoto del 16 de agosto de 1906 son algunas de las causas que detuvieron el progreso de Valparaíso. A ello hay que agregar los nefastos efectos del centralismo, agudizado en los últimos años, que determinó en forma paulatina el traslado de servicios gubernativos y organismos directivos privados a Santiago. Como ejemplos, la Comandancia en Jefe de la Armada, la Cámara Central de Comercio de Chile.

- Algunos factores escaparon al control del Gobierno, como la apertura del Canal de Panamá; otros, sin em-

bargo, como la habilitación de San Antonio, motivaron largas polémicas en la prensa y el parlamento.

San Antonio de las Bodegas o Puerto Viejo se pobló en 1790; en esa caleta se exportaban granos. Durante el bloqueo de Valparaíso por la escuadra española tuvo cierta importancia al suplirlo en parte.

La construcción del puerto de San Antonio fué aprobada por el Gobierno luego de interminables discusiones. La firma Galtier de París inició los trabajos en 1912, habilitándose por completo el puerto en 1918. Meses después la firma Pearson de Londres comenzó a construir las obras del actual puerto de Valparaíso; los trabajos demoraron más que lo estipulado e incluyendo el molo de abrigo, se entregaron a fines de 1924.

Valparaíso, que desde 1646 concentraba los embarques de los valles de Quillota a Maule, sufrió un rudo golpe. La prueba la dan las estadísticas de carga movilizadas:

	<u>Valparaíso</u>	<u>San Antonio</u>
1896	860.000 ton.	
1912	1.651.000 "	2.022 ton
1918	1.212.000 "	135.110 "
1925	958.000 "	702.724 "

No puede negarse que todos estos acontecimientos perjudiciales afectaron también a su prensa, pero ¿en que medida? Valparaíso está estagnado; su prensa retrocedió.

EVOLUCION DE LAS COMUNICACIONES

Por ser la región más próxima a la metrópala, el periodismo porteño es ~~el~~^{el que} más sufrió las consecuencias del progreso en materia de comunicaciones.

En la época que se fundó "El Mercurio" y los años posteriores, como recuerda Tornero, los viajes entre Santiago y Valparaíso, "aun después que hubo camino carretero, duraban sus buenas 24 horas, pernoctando en las célebres posadas de Curacaví y de Casablanca..."

Era la única comunicación diaria de la capital con las provincias, pues al norte y al sur solo habían dos correos mensuales.

La situación cambió en forma radical al construirse el ferrocarril; los trabajos se iniciaron en 1852 y la obra quedó concluida diez años más tarde.

Para el viaje era largo y tedioso. A fines del siglo pasado los expresos arrastrados por locomotoras a vapor demoraban 3 horas "de subida" y 4.45 "de bajada"; los ordinarios demoraban 7 horas y un tren mixto, nocturno, empleaba 8 horas 20 minutos. De aquellos años data la anécdota de que la gente que salía de Limaache al mismo tiempo que el tren, cruzando los cerros a caballo, podía alcanzar el convoy en Tal Tal.

Los trabajos de electrificación de la vía, iniciados en 1921 y concluidos tres años más tarde, contribuyeron a acortar los viajes entre ambas ciudades.

Al mismo tiempo, en los años recientes se mejoraron los caminos de acceso. La carretera Panamericana y los trabajos realizados en la ruta por Curacaví y Casablanca intermarcan el acercamiento de ambas ciudades. El túnel de Zapata y la reciente variante de Peñuelas a Casablanca hacen posible unir Santiago y Valparaíso en dos horas.

En breve se iniciarán los trabajos del túnel Lo Páido y, una entidad privada, realiza estudios para establecer un servicio de helicópteros entre la metrópoli y el puerto.

PASADO Y PRESENTE DE LOS DIARIOS

El material informativo de los diarios de Valparaíso es muy distinto a otras épocas. En el siglo pasado tuvieron una personalidad propia. Como periódicos de un puerto comercial daban gran importancia a las informaciones marítimas y comerciales; por su circulación nacional mantenían una importante sección dedicada a las noticias de provincias. Las novedades de la capital tenían una acogida más restringida; aparte de las versiones de sesiones del Congreso, muy pocas noticias se daban de Santiago.

Ahora, en cambio, las informaciones marítimas se limitan a una escueta relación del arribo y zarpe de navíos. ¿No tienen interés para los porteños estas informaciones?

Sin duda, pero para suplir la deficiencia de

los diarios nació una publicación especializada. Desde el 1º de enero de 1912 se edita la "Gaceta de la navegación", diario de 4 páginas en formato tabloide, que se financia con anuncios de las compañías de navegación.

La sección interior desapareció. Fue reemplazada por noticias de otras ciudades de la provincia en un volumen y calidad tan pobre, que un visitante no puede formarse sino una desalentadora impresión de ciudades tan importantes como Viña del Mar, Quillota, Limache o Quintero, por mencionar algunas.

La decadencia no sólo afecta al puerto. Quillota también tuvo varios órganos de prensa; entre ellos "El Quillotano" y "La Opinión Libre".

El más famoso es "El Quillotano", fundado el 7 de octubre de 1886 y que se publicó hasta el 31 de julio de 1948. Órgano católico, se editaba en formato de 4 páginas tamaño tabloide.

En Viña del Mar, hace algunas décadas se publicaba el diario "La Pantalla". Ahora, en esta y otras ciudades se publican semanarios de escasa trascendencia.

En cuanto a la capital, el panorama es opuesto. Antaño el material proveniente de Santiago era infimo; ahora en la práctica "El Mercurio" y "La Unión" se escriben en Santiago.

"EL MERCURIO" Y "LA ESTRELLA"

La situación del "Diario más antiguo en habla castellana" deprime, analizada desde un ángulo periodístico. Sin temor a exagerar, estimamos en 75% el material informativo que proviene de Santiago.

El que fuera "el periódico de la República" en tiempos de Santos Torneros, contó en el siglo pasado con el concurso de plumas tan valiosas como Domingo Faustino Sarmiento, Juan Bautista Alberdi, Benjamín Vicuña Mackenna, José Victorino Lastarria, José Joaquín Vallejo, Manuel Blanco Cuartín y Miguel Luis Amunátegui, por mencionar algunos. Tenía corresponsales en Estados Unidos y las principales capitales europeas.

Hoy, en cambio, tiene un reducido número de redactores de segundo orden, con excepción de Alex Varela, premio nacional de periodismo. No tiene editorialistas y se limita a reproducir aquellos comentarios que publica la edición de Santiago.

¿La decadencia del diario en este aspecto es atribuible al centralismo, al estagnamiento de la provincia? No. Es sólo consecuencia del criterio comercial y afán de lucro de quienes orientan la empresa. Hasta tratándose de editoriales tiene validez el factor proximidad.

Con excepción de la crónica local, bastante reducida por lo demás, todo el material informativo es redactado y despachado en Santiago.

Con "La Estrella" ocurre un fenómeno similar. A excepción de la redacción y la crónica local, el material corresponde al redactado para "La Segunda" de Santiago.

EL CASO DE "LA UNIÓN"

A "La Unión" le ocurre algo similar, pues varía sólo la "fuente de información". La mayor parte del material del vocero católico es redactado y seleccionado en Santiago por la United Press International. Quizás si por un recóndito sentimiento de vergüenza se omite la sigla UPI en las informaciones del país, tanto de Santiago como de provincias.

Aunque su retroceso tampoco se justifica, es preciso consignar que la situación económica de la empresa es y fué siempre precaria.

En oposición al desano de la prensa nacional, "La Unión" es por sobre cualquier otra consideración un órgano ideológico; en Chile esta característica suele ser lapidaria para la prensa.

El ex redactor de "La Unión", Roberto Hernández, nos manifestó:

- Cuando "La Unión" costaba 5 centavos, antes del terremoto de 1906, el diario dejaba pérdida. El material era, en su mayor parte, propaganda ideológica.

El diario propiedad del Arzobispado de Valparaíso y arrendado a la Sucesión Silve Carreño, atraviesa por un período crítico. La circulación que hasta 1952 fluctuó entre 14.000 y 15.000 ejemplares en días hábiles, experimentó una fuerte disminución. El año pasado disminuyó hasta un 30% del tiraje primitivo. (Ver cuadro de tiraje en la Pag. 158).

LA DISTRIBUCION DE LA PRENSA EN LA PROVINCIA

Pese a que por su calidad técnica y su tiraje los diarios de Valparaíso podrían estar en segunda categoría, los catalogamos como diarios de circulación provincial. Nos parece un factor importante la difusión de la prensa. Son dignas de elogio las campañas nacionales de "La Unión"; por ejemplo, aquella relativa a la situación limítrofe con Argentina, pero debemos concluir que resulta poco efectiva cuando el diario se lee casi "en familia".

Los avances en materia de comunicaciones borraron los accidentes topográficos que aislaban a Valparaíso; sin embargo, observando un mapa de la zona es significativo comprobar como los diarios porteños se quedaron limitados o en garrados entre la cordillera de la Costa y el mar. Al norte no se venden más allá de la cuesta El Molón; al este parecen tropezar con la cuesta del Tabón; y al sur no se venden después de Casablanca.

Incluso en localidades como Llay Llay y Casablanca predomina la prensa metropolitana. Algarrobo y El Quisco, por ejemplo, están situados en la provincia de Valparaíso y sin embargo se venden sólo diarios de Santiago.

Hay localidades de la provincia de Aconcagua, como Sepillar, Papudo, La Ligua, que están más cerca de Valparaíso y no obstante los diarios porteños no se venden.

A continuación insertamos un cuadro que señala la distribución de los diarios en la provincia (días hábiles y domingos, respectivamente):

<u>Diario:</u>	<u>Valparaíso:</u>	<u>Vina del Mar:</u>	<u>Resto provincia:</u>
El Mercurio (1)	8.600 14.400	6.300 11.200	3.600 6.400
La Unión (2)	5.000 14.000	2.000 6.000	1.500 4.500
Santiago (3)	10.000 8.500	3.000 - - -	" - - - - -
La Estrella (4)	8.250 9.900	4.500 5.400	2.250 2.700
Ultima Hora (5)	800	- - -	- - -

Las cifras anteriores son aproximadas. La circulación es un fenómeno tan sensible que es problemático establecer cantidades exactas.

En "La Unión" encontramos una negativa total para proporcionar cualquier antecedente que fundamentase este análisis.

Por el contrario, el administrador de "El Mercurio", Heriberto Goetz, nos señaló algunos fenómenos interesantes acerca de la circulación de los diarios de la empresa y que, a nuestro juicio, también son válidos para "La Unión".

En proporción, la venta de "El Mercurio" es mayor en Vina del Mar y localidades del interior. La circulación de Vina del Mar se explica considerando que sus habitantes

(1) Los datos de "El Mercurio" están basados en el consumo mensual de papel y en la distribución aproximada, en porcentajes, indicada por el administrador de la empresa.

(2) Las cifras de "La Unión" se basan en estadísticas de 1960 y, en particular, el tiraje del mes de enero.

(3) La circulación de los matutinos de Santiago (global) se calculó considerando datos entregados por los distribuidores.

(4) El tiraje de "La Estrella" tiene la misma base que el de "El Mercurio". La segunda línea corresponde al tiraje de los días sábados, en que supera a "El Mercurio".

(5) La única cifra corresponde al vespertino "Las Noticias de Ultima Hora"; "La Segunda" no se vende, por razones obvias.

tienen en promedio un ingreso superior al del habitante de Valparaíso. En cuanto a la alta venta en otras localidades se debe a que en las mañanas hay una gran afluencia de personas hacia Valparaíso; por ejemplo quienes viven en Villa Alemana, Quilpué, compran el diario en el lugar de residencia y lo llevan a su lugar de trabajo.

En la tarde ocurre el fenómeno contrario al regresar a sus hogares quienes trabajan en el puerto. Por esto, "La Estrella" circula más en Valparaíso que en Viña del Mar y otras ciudades.

Reluciendo los respectivos tirajes a porcentajes, el señor Goetz indicó respectivamente para Valparaíso Viña del Mar y resto de la provincia: "El Mercurio" (45%, 35% y 20%); "La Estrella" (55%, 30% y 15%)

En cuanto al día sábado, "La Estrella" supera el tiraje de "El Mercurio". Este último aumenta los días domingos en un 70/80% sobre la venta de los días hábiles.

A este respecto hay que destacar que los distribuidores de matutinos de Santiago estimaron que los diarios de formato standard subían un 30% sobre su circulación habitual, en tanto que los tabloides disminuían un 20% los días domingos.

En cuanto a la distribución, Heriberto Goetz afirmó que "El Mercurio" "dominaba hasta La Calera, pero que en Llay Llay se vendía muy poco". A Viña del Mar y Concón se envían los diarios en camioneta, mientras que a otras ciudades se distribuyen por tren.

Sin indicar cifras, el administrador de "El Mercurio" señaló que en el último año la circulación de los diarios de la empresa había aumentado de un 10 a un 20%, atribuyendo el alza del tiraje a la estabilidad del precio de venta.

LA COMPETENCIA DE LOS DIARIOS DE SANTIAGO

El primer "handicap" que otorgan los diarios porteños a los matutinos de Santiago es su régimen de trabajo en el taller. Sin problemas tan difíciles de movilización sería lógico que los matutinos de Valparaíso se vendieran en

Cuadro estadístico del tiraje y venta de "La Unión" - 1960

Tiraje enero:	387.838	Devolución id.:	32.534
febrero:	313.413		32.983
marzo:	317.343		42.389 (1)
abril:	338.623		43.655
mayo:	413.546		44.504
junio:	356.455		44.275
julio:	368.392		38.263
agosto:	355.622		41.268
setiembre:	331.075		31.215
octubre:	367.612		36.599
noviembre:	344.308		39.972
diciembre:	347.363		42.481
Total:	4.442.131	Total:	470.509 (2)

Detalle del mes de enero:

Es interesante analizar las fluctuaciones por días de la semana y el tiraje promedio respectivo; según el caso, la cifra total se dividió por 4 ó por 5.

Lunes (4)	42.748	Promedio =	10.437
Martes (4)	37.712		9.428
Miércoles (4)	36.446		9.111
Jueves (4)	31.681		8.922
Viernes (5)	55.396		11.079
Sábado (5)	45.419		9.083
Domingo (5)	139.538		27.907 (3)

Distribución en el mes de enero:

Valparaíso: 204.250; devolución 18.450. Viña del Mar: 57.350; devolución 9.600. Puentes: 53.640; devolución 4.315. Total: 341.240; devolución 32.365. (4).-

Detalle de venta en otras localidades; mes de enero:

Llay Llay:	Distribución	425	y devolución	32
Quilpué:		16.003		345
Quillota:		77.359		1.591
Villa Alemana:		12.338		722
Linaoche:		6.730		516
Calera:		2.120		160
Chorrillos:		3.460		116
Artificio:		110		12
Nogales:		219		9
El Melón:		120		0

(1)

El porcentaje de devolución alcanzó a 13.5, que es bastante elevado.

(2)

El porcentaje anual equivale a 10.6 .-

(3)

Es notable el aumento del tiraje en día domingo, que en forma aproximada corresponde al 250% de los días hábiles.

(4)

Una diferencia cercana a 1.000 ejemplares diarios respecto al tiraje total, puede corresponder a distribución gratuita.

la provincia con bastante anticipación a los diarios de Santiago, pero en la práctica no ocurre así. Incluso hay días en que los diarios de la capital se venden antes.

Observemos el caso de "El Mercurio" en Valparaíso y Santiago.

En Santiago la última página es cartoneada y baja a las prensas entre las 2 y las 2.30 de la madrugada. La prensa Nos, con una velocidad teórica máxima de 60.000 ejemplares por hora, comienza a imprimir la edición a las 3 ó 3.30 horas.

En Valparaíso la última página debe bajar antes de las 4.30 horas (límite); la prensa Cese, con una velocidad teórica máxima de 24.000 ejemplares por hora, debe empezar el tiraje a las 5.45 horas.

Es decir, los primeros ejemplares se distribuyen en Valparaíso 2.15 horas más tarde que los de "El Mercurio" de Santiago. ¿Razones? La única factible es mala organización o deficientes elementos técnicos en los talleres. El material de Santiago se transmite en la noche por teléfono, por lo cual en la práctica no hay diferencia de hora. Por lo general, el diario en Santiago se "cierra" a medianoche.

Ahora comparemos con los tabloides. "La Tercera de la Hora" y "Clarín", que se cierran los lectores que madrugan (obreros de las fábricas) cierran sus ediciones y entran en prensa aun más temprano. Ambos diarios están virtualmente "cerrados" a las 22 horas y las prensas comienzan a tirar la edición a medianoche. Más tarde, si es necesario, se hace un cambio de página en la última "pareja".

Si "La Tercera" y "Clarín" se venden en el centro de Santiago a medianoche, resulta fácil que a pesar de la distancia se vendan en Valparaíso antes que "El Mercurio" o "La Unión"; en la práctica ocurre con frecuencia.

Otra ventaja es el sistema de distribución. Mientras los diarios metropolitanos utilizan flotas de camiones propios o arrendados, los diarios de Valparaíso están aun muy ligados al ferrocarril.

Los primeros ejemplares despachados por ferrocarril

carril salen desde la Estación Puerto en el local a Llay Llay, a las 6.15 de la mañana. A Quillota llegan después de las 7 y a Llay Llay después de las 8 de la mañana, horas bastante inoportunas para iniciar las respectivas distribuciones; en especial, si son sectores industriales.

En el aspecto periodístico también se observa la distorsión informativa que analizamos al mencionar las características de la prensa de provincias.

Para el habitante de Quintero, Quillota o La Calera, no tiene ningún atractivo adquirir un diario de Valparaíso que en la práctica no le aporta nada acerca de lo que acontece a su alrededor. Entonces, en igualdad de precio, se inclina por el diario metropolitano que tampoco le informa sobre aquello que sucede a su alrededor pero, en cambio, le proporciona noticias nacionales o mundiales con mayor amplitud e en forma más atractiva.

El vínculo de dependencia es, a nuestro juicio menor en Valparaíso que en Santiago. El habitante de San Bernardo, Puente Alto, Maipú, Buin o Til Til depende en mayor grado de Santiago que el poblador de Quillota, Casablanca, Quillota, respecto a Valparaíso.

CONSIDERACIONES GENERALES

En el supuesto que las condiciones actuales no varíen; es decir, siga la prensa metropolitana a la ofensiva y la prensa porteña a la defensiva, esta última continuará atrofiándose. La situación de Llay Llay, numéricamente carente de importancia, puede no ser obstante muy sintomática. Con el criterio actual, los empresarios considerarán que no vale despachar 15 ó 30 ejemplares a Llay Llay o Casablanca. En consecuencia abandonarán esos mercados de avanzada hasta encastillarse en Valparaíso y Viña del Mar, con exclusión de otras localidades.

En este análisis hemos marginado a la radio como factor de competencia, pues en Valparaíso la radiotelefonía es casi por completo un medio local. Los factores topográficos que en apariencia conspiran contra la mayor difusión de la prensa, se convierten en sus aliados al impedir que lleguen a la zona las ondas de las radiocentricas metro-

politanas, excepto aquellos pocos programas que se transmiten en cadena.

La prensa porteña está en un nivel peligroso, pronta a abandonar la categoría de diarios de circulación provincial para descender a la última categoría: diarios locales.

COLCHAGUA:

¿CIVILIZACION O BARBARIE?

- o El 40% de la población es analfabeta.
- o El 75% de las viviendas carece de energía eléctrica.
- o Dos tercios de la población activa están dedicados a la agricultura, el sector de más bajos ingresos.
- o Hay un receptor de radio por cada 400 habitantes.
- o Se lee un ejemplar de diario cada 125 habitantes.

En la provincia de Colchagua se leen 0.8 ejemplares de diario y existen 0.22 receptores de radio por cada 100 habitantes. La tabla mínima establecida por la Unesco para América Latina indica 10 ejemplares de diarios y 5 receptores de radio para igual número de habitantes.

La barbarie reina a 140 kilómetros de la metrópoli.

Las cifras anteriores, menos de la décima parte del nivel establecido como mínimo, son promedio; es decir, podemos afirmar casi con absoluta certeza que más de algún colchaguino no ha recorrido jamás con su vista los titulares de un periódico ni ha escuchado un programa radial.

¿QUIÉN RESOLVERÁ EL PROBLEMA DE COLCHAGUA?

El caso de Colchagua es quizás, exceptuando Chiloé y Aisén, el más agudo que se observa en el país. En la práctica casi no hay demanda por medios de información aparte de los centros urbanos más importantes, como San Fernando, la capital; Santa Cruz, Pichilemu e Quinteros.

Colchagua es una de las cinco provincias chilenas que no poseen diarios. Los hubo en el pasado, pero ninguno alcanzó a enterar un año de vida; los factores adversos hicieron sucumbir toda iniciativa.

San Fernando de Tinguiririca fué fundado en mayo de 1742 por el maestro de campo José María de Povoda. Diez años más tarde, en setiembre de 1862, llegó la primera locomotora a la ciudad y desde entonces circulan trenes entre San Fernando y Santiago.

Al parecer el primer periódico que se publicó en San Fernando es "El Colchagua", editado en la imprenta del mismo nombre en 1868. En 1885 apareció "El Alba", periódico eventual.

En enero de 1912 comenzó a editarse el diario "El Tiempo", del cual se editaron 173 números, hasta agosto del mismo año. "La Prensa" fué un diario de vida más efímera aun; apareció el 5 de febrero de 1918 y dejó de publicarse el 13 de marzo del mismo año. "El Día", fundado en 1929, parece ser el último intento fallido por publicar un periódico.

dico diario.

158.024 habitantes tiene Colchagua de acuerdo a las cifras provisionales del Censo de noviembre de 1950. Para no distorsionar otros cálculos y cifras aplicaremos la población total de 1952, que es muy poco inferior.

En aquella época tenía 139.531 habitantes; de estos, 17.598 vivían en la capital de la provincia: San Fernando. En total la población urbana alcanzaba a 36.501 personas (26%) y la población rural sumaba 103.030 habitantes (74%).

El alfabetismo registraba el índice más bajo del país, con 58.1%. Es decir 67.263 personas, de las cuales 24.670 vivían en zonas urbanas y 42.670 en sectores rurales.

Un 87% de la población alfabeta tenía sólo instrucción primaria (60.671 habitantes).

46.5% personas componían la población activa de la provincia (35%); de estas, 30.630 (63%) estaban dedicadas a la agricultura. Un 54% de las personas dedicadas a la agricultura eran obreros agrícolas (26.070 habitantes).

Las cifras anteriores determinan un reducido ingreso medio per cápita, dado que es la agricultura, y en particular los obreros agrícolas, el sector de la economía nacional con más bajas remuneraciones.

Sintetizando y planteando el problema en un terreno real llegamos a la conclusión de que en toda la provincia no hay más de 25.000 "lectores potenciales" de periódicos (zona urbana), con un grado de instrucción bajo y una remuneración también baja.

LOS MEDIOS DE INFORMACION REALES

Cuatro periódicos constituyen el medio de información Prensa, en la provincia. Son los bisemanarios "La Voz de Colchagua" (1943) y "La Región" (1952) editados en San Fernando; el interdiario "El Condor" (1917) y el semanario "El Independiente" (1927) publicados en Santa Cruz.

Los matutinos de Santiago alcanzan una circulación total de 1.140 ejemplares, de los cuales "La Ter-

cera de la Hora" totaliza la mitad (Datos de Ralph Marienberg

El medio de información Radio, en la provincia corresponde a CC-148 Radio "Manuel Rodríguez" de San Fernando, fundada el 1º de diciembre de 1947. Tiene una potencia de 250 Watts y, de acuerdo a cálculos de la Dirección de Servicios Eléctricos, un alcance máximo de 25 kilómetros. De acuerdo a esta cifra, no se escucha o se capta con dificultad en la zona cordillerana y costera de la provincia.

Pero hay un inconveniente mayor. De las 23.985 viviendas existentes en la provincia, sólo 6.187 tienen electricidad. En porcentaje equivale a 26.2, una de las cifras más bajas del país. Además este 26.2% se descompone en 64.6 urbano y 11.1 rural; o sea en la zona rural casi no hay receptores de radio.

Esta limitación vale para las emisoras de Santiago y provincias limítrofes, que en teoría pueden captarse en Colchagua.

EN BUSCA DE UNA SOLUCION

¿Quién y como resolverá el problema de la falta de medios de información en Colchagua?

No se trata de salvar la prensa local del avance de los diarios metropolitanos o contrarrestar el predominio de las radioemisoras de Santiago, sino de eliminar o reducir esta capa impermeable al progreso y en particular a la educación y la cultura.

Como principio estimamos que no habrá nunca diarios en Colchagua y que no se fundarán nuevas emisoras; es decir, no habrá resistencia ni competencia para los diarios y radioemisoras de Santiago.

Sin embargo, si no se realiza un trabajo gigantesco y global, los medios de información metropolitanos seguirán tropezando con esta verdadera "cortina de hierro" inviolable.

El problema no se resuelve, por ejemplo, en el caso de la prensa, enviando los diarios más tempranos, designando un agente distribuidor competente, publicando no-

ticias locales y tantos otros aspectos que podrían equivaler a una campaña de promoción de ventas.

Es preciso encontrar la médula: a) elevar el ingreso medio per cápita; b) combatir el analfabetismo; c) aumentar la población urbana; d) racionalizar y aumentar los niveles de la producción; e) fomentar la urbanización; f) construir y mejorar las vías de comunicación.

El ejemplo de Colchagua no es aislado; en mayor o menor grado pueden mencionarse otras provincias o zonas del país.

Como es obvio, llevar a la práctica estas realizaciones está fuera del alcance de las empresas periódica más poderosa, aparte de no corresponder a su finalidad específica.

Es labor de un Gobierno, y con medidas tan drásticas como la Reforma Agraria.

- Ahmada C., Jorge En vez de la miseria. Ed. del Pacífico. 1958.
- Asociación de Radio-difusoras de Chile Guía de emisoras chilenas (1ª edición). Imprenta "Los Andes", Stgo. 1960.
- Baltra Cortés, Alberto Crecimiento Económico de América Latina. Ed. del Pacífico. 1959.
- Biblioteca Nacional Anuario de Publicaciones Periodísticas Chilenas. Años 1932 y 1939. B. Nacional, Sec. Diarios.
- Bonacic-Doric B., Lucas Historia de los Yugoeslavos en Magallanes. Imprenta La Nacional, Punta Arenas. 1941/46. Archivo de "El Magallanes".
- Cepal Antecedentes sobre el desarrollo de la economía chilena. Ed. del Pacífico. 1954.
- Coblentz, Edmond D. Los periodistas hablan. Ed. Agora, Bs. As. 1958
- Denoyer, Pierre La presse dans le monde. B. de la Eso. de Periodismo U.Ch.
- Encina-Castedo Resumen de la Historia de Chile. Empr. Ed. Zig Zag, Stgo. 1954.
- Entraigas, Raúl A. S.S. Monseñor Fagnano. Ed. S.E.I. Bs.As. 1945. Archivo de "El Magallanes".
- Fao Perspectivas de la industria del papel y celulosa en América Latina. 1955. B. de la Eso. de Periodismo, U. Ch.
- Frazer Bond, F. Introducción al periodismo. Ed. Agora. Bs.As. 1959
- Grupo Asesor en Papel y Celulosa para América Latina (NU) Chile, futuro exportador de papel y celulosa. B. de la CEPAL.
La industria del papel y la celulosa en América Latina. Agosto 1960.
Newsprint and printing and writing paper in Latin America. 1960.
- Guerrero Bascuñán, Mariano Memoria que el delegado del Supremo Gobierno en el territorio de Magallanes don Mariano Guerrero Bascuñán presenta al señor Ministro de Colonización. Imprenta y librería Ercilla, Santiago. 1897. Archivo de "El Magallanes".
- Hamy, Eduardo Educación elemental, analfabetismo y desarrollo económico. Ed. Universitaria. 1960.

- Hernández Cornejo, Roberto** Las obras marítimas de Valparaíso y el puerto de San Antonio. Imprenta Victoria, Valpo. 1926. B. Nacional, S. Chilena: 11 (862-16).
- Valparaíso en 1827. Con un apéndice sobre la época. Imprenta Victoria, Valpo. 1927. B. Nacional, S. Chilena: 11 (1038-14)
- Vistazo periodístico a los ochenta años. Imprenta Victoria, Valpo. 1958.
- Instituto de Economía, U. de Chile** Ocupación y desocupación en el Gran Santiago. 1959. B. del Inst. de Ec. U. Ch.
- Izarnótegui, Julio** El Gobernador de Magallanes, capitán de navío, don Manuel Señoret, ante la prensa. Imprenta Gutenberg, Stgo. 1896. Recopilación de... B. Nacional, S. Chilena: 11 (896 - 36p. 11)
- Lagca Escobar, Ricardo** La concentración del poder económico. Ed. del Pacífico. 1961.
- Letelier, Valentín** Sesiones de los Cuerpos Legislativos de la República de Chile, recopiladas por... (Tomo XXX) B. Nacional, S. Chilena:
- Marienberg Freund, Ralph** Algunas sugerencias respecto a combinaciones de medios de propaganda. U. Ch. Fac. de C. Económicas. 1960. B. de la Esc. de Economía, U. Ch.
- Massa, Lorenzo Pdo. S.S.** Monografía de Magallanes. Escuela Tipográfica del Instituto Don Bosco, Punta Arenas. 1945. Archivo de "El Magallanes".
- Ministerio de Hacienda** Presupuestos de los gastos públicos de Chile, y sus cuentas de inversión, en 1845/48, B. Nacional, S. Chilena: 12 (240 - 1...).
- Navarro Avaria, Lautaro** Censo Jeneral del Territorio de Magallanes. Imprenta de "El Magallanes", 1907/8. Archivo de "El Magallanes".
- Pérez y Tapia, José** Historia de "El Mercurio". Talleres de "El Mercurio", Santiago. 1927.
- Pinto Santa Cruz, Anibal** Cuestiones principales de la economía. Ed. del Pacífico. 1955.
- Poirier, Eduardo** Chile en 1908. Imprenta, Litografía y Encuadernación "Barcelona", Stgo. 1909. B. "Santiago Severín", Valparaíso. S 1 (158-34).

Servicio Nacional
de Estadística

XII Censo General de Población y I de Vivienda. Tomo III. Núcleo Central I. 1952. B. del S. N. de Estadística.

Id. Tomo I. Resumen del país. B. del S. N. de Estadística.

Anuarios estadísticos. Años 1928, 1930, 1935, 1940, 1945, 1950, 1955 y 1960 (enero y febrero). B. del Inst. de Ec. U. de Ch.

I Censo Nacional de Viviendas. 1952. Biblioteca del S. N. de Estadística.

Silva Castro, Raúl

Prensa y periodismo en Chile. Ed. de la U. Ch. Impreso en la Ed. del Pacífico, Stgo. 1958. N. Nacional, S. Chilena: 10 (657-25)

Silva de la Fuente,
Alejandro

Envejeciendo... y otras páginas. Ed. Universitaria, Stgo. 1952. B. Nacional, S. Chilena: 10 (436-21)

Tornero Montero, Santos

Reminiscencias de un viejo editor. Imprenta del Mercurio, Valpo. 1889. B. Nacional, S. Chilena: 11 (1107-7)

Unesco

Basic facts and figures international statistics relating to education, culture and mass communication. 1955, 1957, 1959 y 1960. B. de la CEPAL.

El problema del papel de periódico y otros papeles de imprenta. Estudio monográfico. París, 1949. B. de la Esc. de Periodismo, U. de Ch.

La información en el mundo. Prensa, radio, cine, televisión. 1956. B. de la Unesco.

Reunión de expertos sobre el Desarrollo de los Medios de Información en América Latina. Resumen y recomendaciones principales. Stgo, febrero 1960.

Id. Proyecto de informe de la Reunión. 12 febrero 1961.

Varela Carmona, Helio

Estratificación social de la población trabajadora en Chile y su participación en el ingreso nacional (1940/54). Memoria de prueba para optar al grado de Lic. en C. Económicas, U. de Ch. Fac. de C. Económicas, Esc. de Economía. Noviembre 1958. B. del Inst. de Economía, U. Ch.

Vera. Robustiano

La colonia de Magallanes i Tierra del Fuego (1843 a 1897). Imprenta de La Gaceta, Stgo. 1897. Archivo de "El Magallanes".

Zorrilla C., Manuel

Magallanes en 1925. Imprenta Yugoslava, Punta Arenas. 1925. Archivo de "El Magallanes".

Diarios:

"El Magallanes", años 1894, 1895, 1896, 1900, 1901, 1905, 1906, 1914, 1919, 1920 y 1935.

"El Comercio", años 1900, 1901 y 1916.

"La Prensa", años 1900, 1901, 1902.

"La Nación", años 1922, 1923, 1924. Archivo de "El Magallanes".

"El Mercurio" (Valparaíso), Años 1830, 1842, 1850, 1860, 1870, 1880, 1890, 1894, 1900, 1910, 1920, 1930

"El Mercurio de provincias", agosto 1853

"La Tarde del Mercurio", julio 1905. Archivo de "El Mercurio" de Valparaíso.

"La Unión" (Valparaíso), Años 1903, 1906, 1912, 1920, 1930, 1940. Archivo de "La Unión" de Valparaíso.

"La Unión" (Valparaíso), año 1885.

"La Unión" (Punta Arenas), años 1912 y 1914.

"El Chileno", año 1894.

"El Ferrocarril", año 1894.

"El Quillotano", año 1889.

Diarios actuales de provincias. B. Nacional, S. Diarios.

Otras fuentes de información:

Agencias informativas:

Agence France Presse

Agencia Obbe

Prensa Latina, Ag. Inf. Latinoam.

The Associated Press

United Press International

Asociación Nacional de la Prensa
Colegio Nacional de Periodistas

Compañía Manufacturera de Papeles y Cartones, S.A.

Dirección de Servicios Eléctricos y Gas.

Dirección General del Trabajo, sección estadística.

Embajada de Estados Unidos, sección
Prensa.

Esperanza Mercante (Valparaíso).

Ministerio de Economía, Fomento y
Reconstrucción. Dpto. de Industrias
Rol industrial.

Superintendencia de Compañías de
Seguros, Sociedades Anónimas y Bol-
sas de Comercio; Dpto. Estadísti-
ca.