



prensa: la de un diario opositor a uno oficialista, marcada por el advenimiento al poder del Frente Popular, y la que significa la evolución de un modelo de periodismo ideológico a uno informativo, a partir de su traspaso a la sociedad formada por Germán Picó y Raúl Jaras.

En el estudio de la empresa periodística

*sativo* (valora negativamente el hecho del que da cuenta).

### VICISITUDES FINANCIERAS

La Empresa Periodística *La hora* fue constituida como sociedad anónima por escritura pública de 24 de mayo de 1935 con el objeto de publicar en Santiago «un

mismo tiempo, don Pedro compraba una parte de las acciones de los socios fundadores, de manera que quedaba como el principal accionista con un 28% del capital la empresa.

*La hora* vio la luz el 25 de junio de 1935. Desde el primer momento se manifestó en abierta oposición al gobierno de

## LA ELECCIÓN DE PEDRO AGUIRRE CERDA A LA PRE ERA DE SUPONER, UN CAMBIO NOTORIO EN LA HORA,

se han tenido a la vista los estatutos y escrituras de la Empresa Periodística *La hora*, así como algunas memorias y balances de la sociedad que permiten formarse una idea de su evolución durante su primera década de vida.

Para la investigación del diario en cuanto producto, se ha confeccionado una muestra periódica de setenta ediciones, la que se ha sometido a un análisis morfológico, con base en los aportes de Jacques Kayser<sup>1</sup>.

A ella también se han aplicado parámetros de análisis de cobertura de noticias (temática, alcance geográfico), de secciones y de estilo de titulación. Para esto último, se han utilizado las categorías descritas en el trabajo «Análisis de contenido en dos diarios chilenos: *El Mercurio* y *La Tercera*»<sup>2</sup>:

a) *Unívoco* (un sentido) / *Equívoco* (más de un sentido).

b) *Claro* (se entiende con la sola lectura del título, excluidos epígrafe y bajada) / *Confuso* (no se entiende con la sola lectura y requiere información anexa).

c) *Lógico* (busca ser racionalmente aprehendido) / *Emocional* (busca una adhesión por la vía del uso de la emoción).

d) *Apologético* (valora positivamente el hecho del que da cuenta) / *Neutro* (no contiene valoración sobre el hecho) / *Acu-*

diario independiente de interés nacional bajo el nombre de *La hora*». Su capital era de 500 mil pesos y sus accionistas principales eran Aníbal Jara Letelier, Alejandro Muirhead Vásquez, el abogado Carlos Camus y Alfonso Valenzuela que representaba a Gustavo Helfman, destacada figura de la industria editorial chilena. Los organizadores visibles de la sociedad eran Aníbal Jara y Manuel Muirhead Rojas, hijo de don Alejandro. El primero, que había sido subdirector del diario *La Nación* y director de la revista *Hoy*, pasó a ser el director del nuevo matutino; y el último tomó el cargo de gerente. Al parecer, no hubo mayor problema en obtener la aprobación de los estatutos y el 8 de octubre de ese año se emitió el decreto correspondiente.

Detrás de los organizadores estaban Pedro Aguirre Cerda y otros miembros del Partido Radical que no habían figurado en un primer momento para no dificultar la aprobación de los estatutos por parte del Gobierno de Arturo Alessandri, pero que pronto tomarían el control visible de la sociedad. En abril de 1936 se acordó un aumento de capital de 280.000 pesos, suma que sería cancelada con el aporte de cuatro linotipias con sus accesorios que estaban depositadas en los talleres del diario por sus dueños, Aguirre Cerda, Octavio Señoret, Darío Barrueto y otros radicales. Al

Arturo Alessandri y en favor de la formación del Frente Popular con la participación de los radicales. Dicha actitud le valió que, a raíz del estado de sitio declarado por el Gobierno en febrero de 1936, su director y los principales redactores fueran relegados a provincia. Por otra parte, como diario de oposición, *La hora* no tenía más competencia directa que *La Opinión*, de Juan Bautista Rosetti y que seguía la línea socialista, ya que los otros matutinos eran proclives al Gobierno; esta línea editorial parece haberse traducido en un aumento de la tirada a medida que se acercaban los comicios presidenciales.

La elección de Pedro Aguirre Cerda a la Presidencia de la República en 1938 implicó, como era de suponer, un cambio notorio en *La hora*, que pasaba de la oposición al gobierno. Dicho cambio empezaba por su director, Aníbal Jara, quien en enero de 1939 fue nombrado cónsul de Chile en Nueva York. Fue sucedido por Darío Poblete, más tarde secretario General de la Presidencia bajo Gabriel González Videla, quien era por entonces el presidente del consejo del diario. A su vez, en 1942 Poblete fue sucedido en la dirección por el subdirector Carlos Becerra, quien estuvo a la cabeza del periódico hasta 1945.

La mudanza en su suerte política fue aparejada por una mudanza física desde un

local arrendado en Alameda 449, al pie del cerro Santa Lucía, a un edificio en la calle Moneda 744 comprado en noviembre de 1938. También fue un período de modernización de la maquinaria, con la adquisición de una nueva prensa *Walter Scott* en 1939. Estas compras fueron seguidas de un aumento del capital social a un millón de

misma frecuencia que el valor de los insumos, especialmente el papel, y de los salarios. Las utilidades en algunos años apenas alcanzaban a compensar las pérdidas en otros, lo que impidió formar reservas suficientes para afrontar los efectos de la inflación.

Como se aprecia en el cuadro de esta

el capital social a 1.500.000 pesos mediante una nueva emisión de acciones. Aunque el decreto fue aprobado prontamente, el remedio llegaba demasiado tarde. El balance al 30 de junio de ese año arrojó una pérdida de más de 646 mil pesos lo que obligó a liquidar la sociedad de acuerdo con lo dispuesto en los estatutos, por haberse

## SIDENCIA DE LA REPÚBLICA EN 1938 IMPLICÓ, COMO QUE PASABA DE LA OPOSICIÓN AL GOBIERNO.

pesos, aprobado a comienzos en 1941 con el fin «de disponer de dinero en caja para el normal desarrollo de las operaciones sociales».

Éste era, precisamente, uno de los problemas que afectaba a la empresa. Su capital estaba invertido en maquinaria y créditos, muchas veces incobrables, y dependía de préstamos para trabajar. La dificultad se agravaba por efecto de la inflación: el precio del diario no subía con la

página, las pérdidas en los tres primeros años superaron las utilidades; una parte de los beneficios obtenidos en 1939 fue distribuido y el resto fue usado para absorber las pérdidas de los ejercicios siguientes. El problema ya fue advertido por los inspectores de la Superintendencia de Sociedades Anónimas en 1944, que observaban que «la empresa tiene obligaciones muy fuertes en relación con su capital». En estas circunstancias, en abril de 1946 se resolvió elevar

perdido más del 40% del patrimonio social.

Por entonces, los principales accionistas eran los Muirhead, con un 31% del capital; Juan Antonio Ríos y su hijo, con un 26%, y otras dos personas que controlaban una proporción similar. Pocos meses después, el control de la sociedad —el 72,2 por ciento de las acciones— pasó a la Organización Constructora e Industrial Limitada, que representaba al Partido Radical. En febrero de 1947, ésta nombró como liquidadores de la Empresa Periodística *La hora* a dos miembros del Comité Ejecutivo Nacional del partido, Alfredo Rosende y Pedro Bórquez.

La nueva administración procedió a comprar maquinaria de otras imprentas y a efectuar algunas reparaciones urgentes con préstamos del Instituto de Crédito Industrial y de la Caja de Crédito Hipotecario. A su vez, vendió la propiedad de Moneda a Daniel Sotta Barros en septiembre de ese año, con lo cual la sociedad se hizo de algún dinero efectivo y traspasó el saldo de la deuda hipotecaria que gravaba a la propiedad. Estas adquisiciones apuntan al propósito de revitalizar la empresa, que se manifestó en la decisión adoptada en abril de 1948 de constituir una nueva sociedad anónima con el mismo nombre, con un capital mínimo de diez millones de pesos y a la cual se aportarían los bienes existentes.

### GANANCIAS Y PÉRDIDAS DE LA HORA (1939-1946)

EJERCICIO FINANCIERO	GANANCIAS	PÉRDIDAS
1935-1936	41.884,28	
1936-1937		179.584,93
1937-1938	103.204,97	
1938-1939	477.725,23	
1939-1940		162.884,28
1940-1941	1.007,39	
1941-1942		141.103,04
1942-1943		17.922,48
1943-1944	147.818,44	
1944-1945	69.273,88	
1945-1946		646.220,92

(\*) En moneda de cada año.

Fuente: Empresa Periodística La hora S.A. Memorias 1936-1946.

Sin embargo, los esfuerzos para reflotar el diario fueron infructuosos. La falta de capital dificultaba la compra ordenada de materias primas y el pago oportuno de los sueldos; la reducida tirada repercutía sobre el caudal de avisos y los esfuerzos por aumentar la circulación no rendían frutos: los militantes del Partido Radical, «dueños

en octubre de 1948, preludio a un cambio en la propiedad. A instancias del Presidente González Videla, Germán Picó Cañas y Raúl Jaras Barros adquirieron los derechos sobre el paquete de acciones a nombre de la Organización Constructora e Industrial en enero de 1949 y a comienzos de junio tomaron el control efectivo de la empresa.

tas. Estas últimas, sin embargo, siguieron flojas y «era mayor el número de ejemplares obsequiados que los efectivamente vendidos».

En estas circunstancias, Jaras y Agustín Picó resolvieron lanzar un diario vespertino, con el nombre de *La Tercera de la Hora*. Su primer número apareció el 7 de julio de

## EN 1949, GERMÁN PICÓ Y RAÚL JARAS ADQUIRIERON LA QUIEBRA Y «ERA MAYOR EL NÚMERO DE EJEMPLARES

de la mayoría de las acciones», se mostraban renuentes a comprar el diario. Los administradores también se quejaban de que los organismos de gobierno no apoyaban a la empresa con avisos, ni daban facilidades para obtener divisas para la compra de papel en el extranjero.

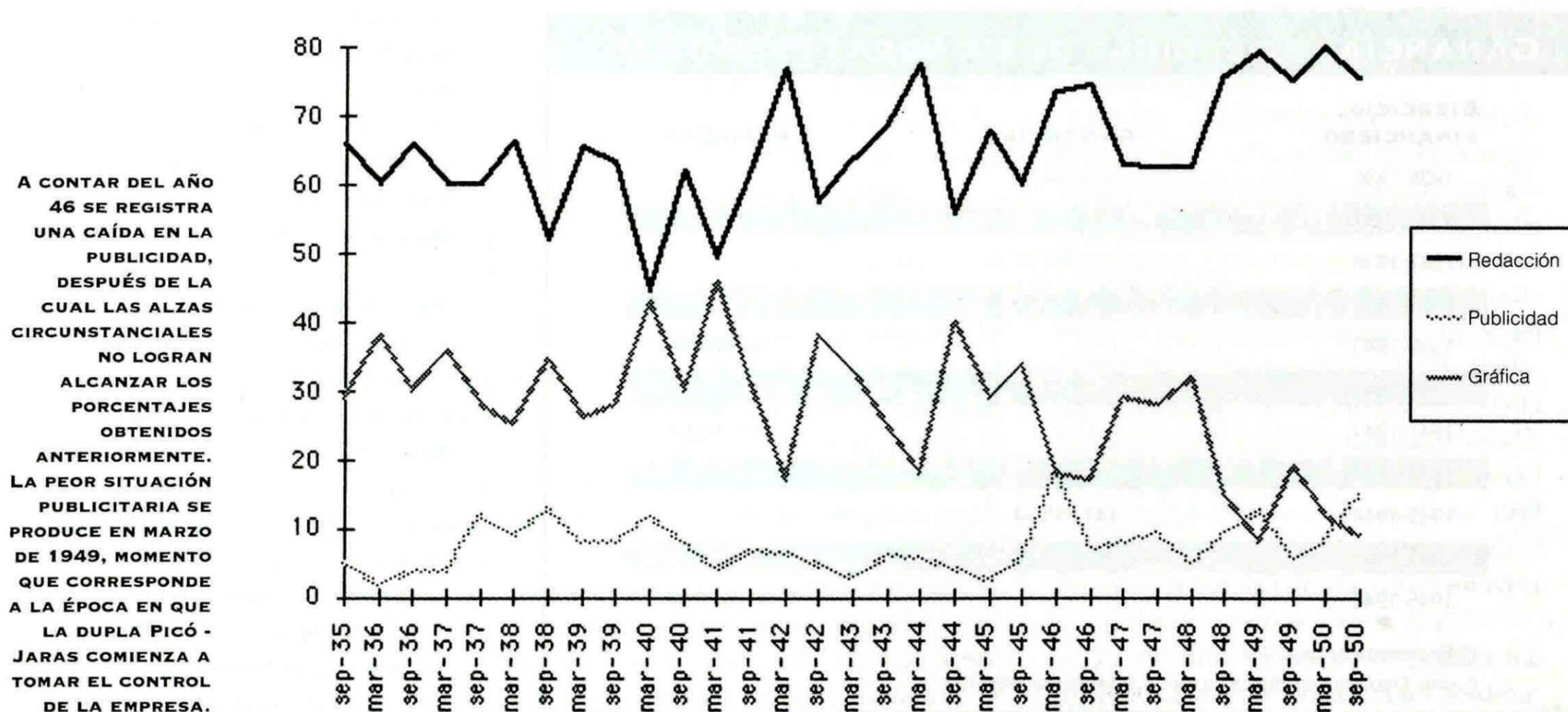
Ante este panorama desalentador, se produjo el reemplazo de los liquidadores

Alfonso Reyes Messa renunció a la dirección del diario y fue sucedido por Agustín Picó Cañas, mientras Raúl Jaras asumía la gerencia de la sociedad.

La empresa se encontraba por entonces al borde de la ruina. Los esfuerzos del nuevo equipo estuvieron dedicados a reducir costos, renegociar deudas, mejorar la calidad del periódico y aumentar sus ven-

1950 y el día 19 se le dio un formato tabloide. *La Tercera*, como debió ser bautizada por los canillitas, concentró los desvelos de la empresa. Pronto se transformó en matutino, recibiendo prioridad en el uso de las prensas, respecto de *La hora*, que fue transformado en vespertino el 31 de mayo de 1951. En octubre de ese año el diario dejaba de aparecer.

GRÁFICO N°1 DISTRIBUCIÓN DE SUPERFICIES (EN %)



## DEL OFICIALISMO A LA OPOSICIÓN

Bajo el eslogan «un diario chileno para todos los chilenos», y con formato estándar, *La hora* surge como un matutino de oposición, de izquierda, con una fuerte vocación obrerista.

No obstante, en el transcurso de su vida

nes en causas institucionales, encuentra manifestaciones desde el punto de vista del diario, en cuanto producto. La más evidente se relaciona con las dificultades para convertirse en un buen soporte publicitario, concretamente, con la distribución de superficies redaccional, gráfica y publicitaria. La muestra de diarios utilizada (elimina-

(GRÁFICO Nº1). A contar de 1947 se constata una manifiesta caída, que es compensada con el aumento de la superficie redaccional, toda vez que el número de páginas por edición tiende a mantenerse constante. La más fuerte caída publicitaria de toda la muestra corresponde a marzo de 1949, período en que Germán Picó y Raúl Jaras

# HORA. LA EMPRESA SE ENCONTRABA YA AL BORDE DE LA OBSEQUIADOS QUE LOS EFECTIVAMENTE VENDIDOS».

sus características editoriales se verán modificadas por los vaivenes políticos. *La hora* puede ser entendida a partir de su compromiso y dependencia respecto del Partido Radical, no sólo desde el punto de vista de la propiedad, sino también editorial. Eso mismo la hace una publicación de vida azarosa y profundamente inestable.

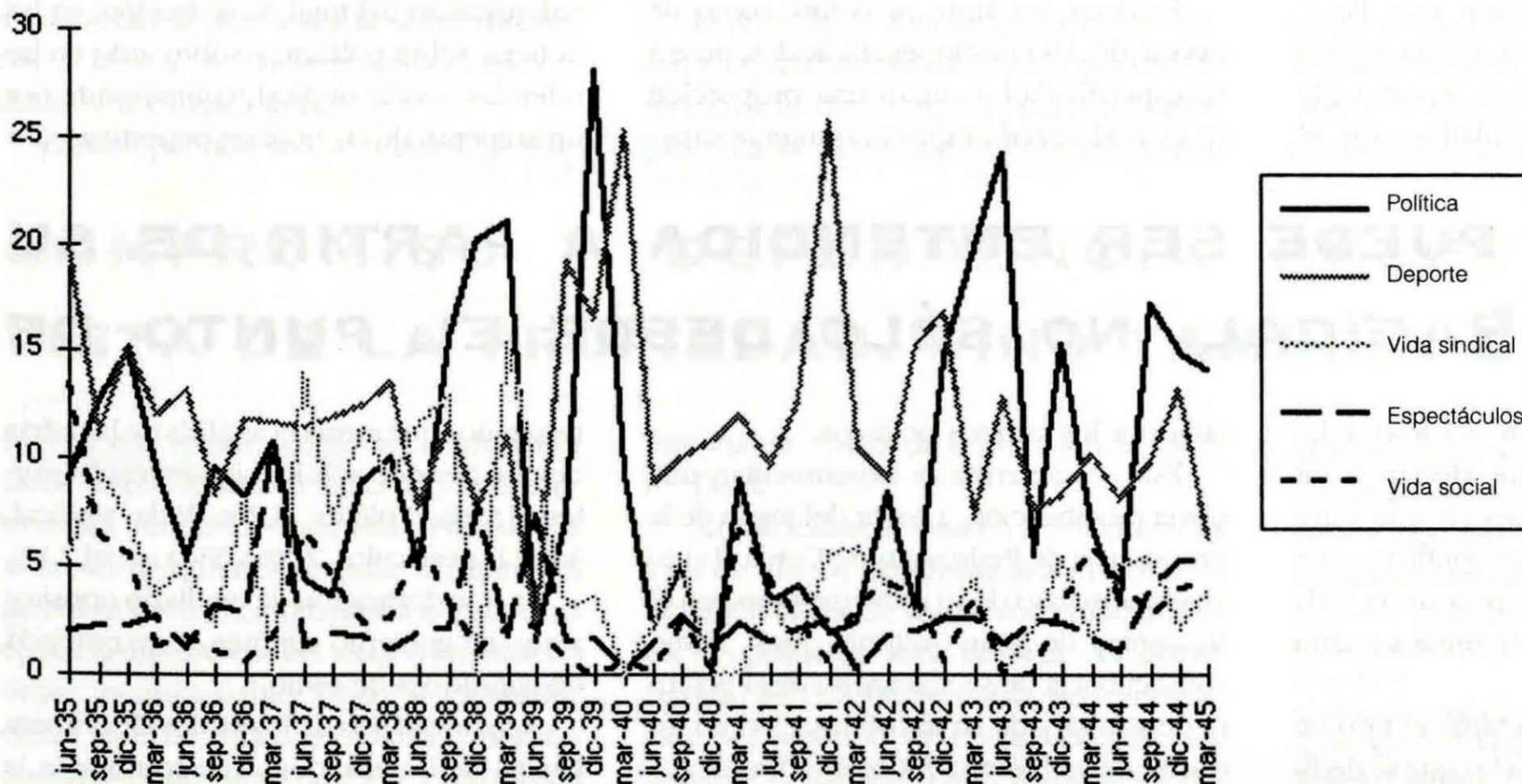
Esta inestabilidad, que tiene sus oríge-

das las ediciones aniversario y las navideñas, que tienden a desvirtuar la tendencia general de las cifras) arroja, para todo el período de vigencia del diario, un promedio redaccional de 63,02; uno publicitario de 26,9 y uno gráfico de 7,05. Así, pues, los espacios periodísticos (redacción más gráfica) prácticamente triplican los publicitarios, en las ediciones habituales del diario

toman la propiedad de la empresa.

La subordinación del diario al destino del sector radical se advierte no sólo en los espacios correspondientes a la opinión (editoriales, columnas, cartas al director), sino en los temas que aparecen representados en las noticias. En una primera etapa, que abarca desde su nacimiento hasta fines de 1938, *La hora* se constituye como un

GRÁFICO Nº2 DISTRIBUCIÓN DE NOTICIAS NACIONALES 1935-1945 (EN %)



EN DICIEMBRE DE 1938 SE PRODUCE LA ASUNCIÓN DE PEDRO AGUIRRE CERDA, LO CUAL APARECE REFLEJADO EN UN ALZA DEL TEMA POLÍTICO. LUEGO SE APRECIA UNA CAÍDA EVIDENTE DEL INTERÉS POR LAS NOTICIAS DE CARÁCTER SINDICAL. CON LAS POLÍTICAS OCURRE LO MISMO, SALVO ALZAS CIRCUNSTANCIALES, COMO LA REGISTRADA EN DICIEMBRE DE 1939, QUE CORRESPONDE A UN PROCESO DE CAMBIO DE GABINETE. ESAS CAÍDAS SON COMPENSADAS POR UN AUMENTO EN LA COBERTURA DE LAS NOTICIAS DEPORTIVAS.

LA INCIDENCIA DE LOS TÍTULOS EMOCIONALES TIENDE A CONCENTRARSE EN LOS INICIOS DEL DIARIO, CUANDO ES OPOSITOR AL GOBIERNO DE ARTURO ALESSANDRI, Y HACIA EL FINAL DE SU VIDA, CUANDO BUSCA FÓRMULAS DE SUPERVIVENCIA. DURANTE LOS GOBIER-NOS RADICALES, LA TENDENCIA A LA TITULACIÓN EMOCIONAL SE MORIGERA HASTA PRÁCTICAMENTE DESAPARECER. LOS CORTES DE LAS LÍNEAS CORRESPONDEN A EDICIONES ESPECIALES EN QUE NO APARECIÓ LA HABITUAL TITULACIÓN INFORMATIVA.

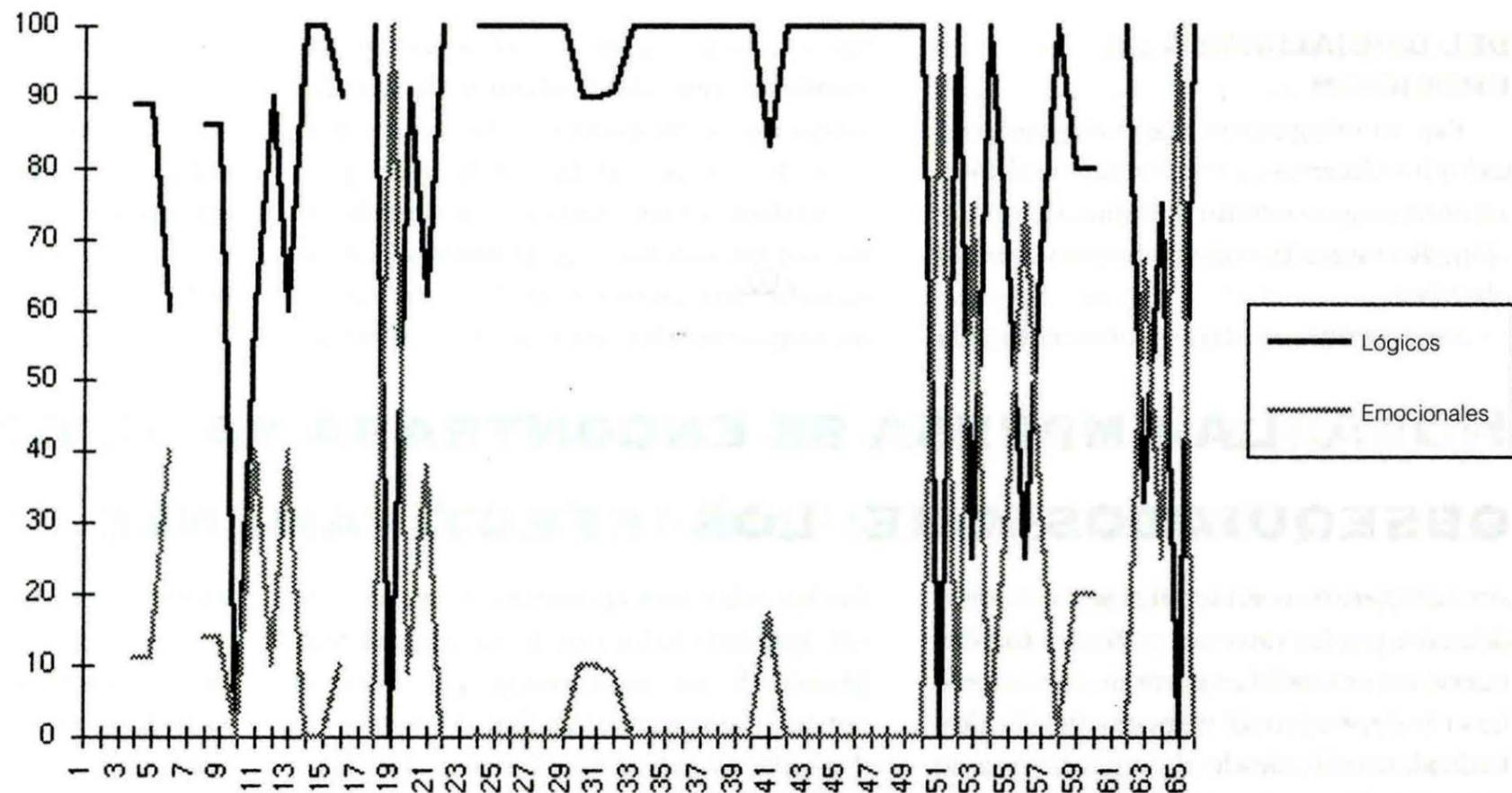


GRÁFICO N°3 TÍTULOS LÓGICOS/EMOCIONALES (EN %)

diario de oposición al gobierno de Arturo Alessandri. Éste es el período más fuertemente obrerista de la publicación.

Ello se manifiesta en la importancia relativa asignada a la vida sindical (a la que se destina toda una sección que lleva, precisamente, ese nombre), la cual ocupa el tercer lugar después de los deportes y la política. Las noticias vinculadas con el

can secciones más claramente identificables son las siguientes: Deportes (11,9% respecto del total de redacción en el período); Política (9,8%), Vida sindical (7,0%); Espectáculos (3,8%) y Vida social (2,9%).

Es decir, en tanto se define como de oposición, las cuestiones sindicales, pese a su especificidad, ocupan una proporción en el total de redacción escasamente supe-

morigerar su preocupación por las cuestiones obreras (GRÁFICO N°2), por lo menos en su vertiente conflictiva. De hecho, si bien la jerarquización en el tipo de informaciones se mantiene, se aprecia una baja proporcional, respecto del total de redacción, en las noticias sobre política, y sobre todo en las referidas a vida sindical, compensada por un aumento de las noticias deportivas. Los

## LA HORA PUEDE SER ENTENDIDA A PARTIR DE SU PARTIDO RADICAL, NO SÓLO DESDE EL PUNTO DE

mundo obrero se refieren no sólo a las políticas del gobierno que afectan a los trabajadores y a situaciones en que éstos aparecen como parte de un conflicto, sino también a actividades propias de la vida normal de los sindicatos (reuniones, convocatorias directivas).

Durante esta primera etapa, el tipo de informaciones nacionales a las que se dedi-

rada por los asuntos políticos.

Estas características experimentan una obvia modificación, a partir del inicio de la presidencia de Pedro Aguirre Cerda. Tanto en el transcurso de su gobierno como en el siguiente, de Juan Antonio Ríos, como consecuencia de su abandono de la postura opositora y de su transformación en un diario de gobierno, *La hora* comienza a

resultados que arroja el análisis de las cifras de este período son los siguientes: Deportes, 13,0%; Política, 8,2%; Vida sindical, 4,0%; Espectáculos, 2,1% y Vida social 2,1%.

La transformación de un diario opositor a uno de gobierno también se ve reflejada en cuestiones de estilo.

Así, un análisis de los títulos de primera página de las ediciones que componen la



muestra, indica que, en términos generales, éstos tienden a ser unívocos, claros, lógicos y neutros en toda la muestra. No obstante, en el período opositor, cuando se trata de cuestiones vinculadas a la vida obrera y a temas sociales, pese a seguir siendo unívocos y claros, se vuelven emocionales y acusativos (o apologéticos).

En este período son frecuentes los títu-

primera página); «De nada sirve que los países protejan jurídicamente el trabajo, si se dejan en pie las formas económicas moldeadas en el privilegio» (7 de enero de 1936. En primera página, a propósito de las declaraciones del delegado haitiano a la Conferencia Panamericana del trabajo, realizada en Chile).

La relación de títulos lógicos/emocionales, particularmente elocuente para la definición de un diario como popular o de elite, presenta, en el caso de *La hora*, un cambio

ción decae hasta prácticamente desaparecer en el período de los gobiernos radicales. El hecho de que con posterioridad a ellos, a contar del año 1947, reaparezca la titulación emocional puede ser interpretado como un intento de explorar nuevas formas periodísticas que permitieran remontar la crisis del diario, la cual se hace evidente en la curva de publicidad, del GRÁFICO N°1.

El análisis complementario de determinados elementos de titulación y tipos de temas representados, sugiere cierta evolución del concepto de lo popular en el diario, desde una interpretación clasista –

## COMPROMISO Y DEPENDENCIA RESPECTO DEL VISTA DE LA PROPIEDAD, SINO TAMBIÉN EDITORIAL.

los de este tenor, como lo demuestran éstos, seleccionados de ediciones consecutivas: «La justicia en Chile está sirviendo los intereses de quienes detentan el capital» (5 de enero de 1936, a propósito del proceso contra la milicia republicana); «Tenemos un deber incuestionable: Dotar al trabajador de un nivel de vida digno de su condición humana» (6 de enero de 1936. Llamado de

importante a partir de la asunción de Aguirre Cerda.

Como indica el GRÁFICO N°3, la muestra total de diarios manifiesta una mayor incidencia relativa de los títulos emocionales en los primeros años de vida del diario, cuando se constituye como una publicación de oposición. Esta presencia del componente emocional en el estilo de titula-

que da origen a una publicación susceptible de ser enmarcada en el fenómeno de la prensa popular de izquierda–, hacia una interpretación comercial. **■**

1. KAYSER, JACQUES: *El diario francés*, ATE, Barcelona, 1979.

2. LECAROS, MARÍA JOSÉ y ROZAS, ELIANA: «Análisis de contenido en dos diarios chilenos: *El Mercurio* y *La Tercera*», Inédito, 1984.