

ARCHIVO

LOS CAMINOS POSIBLES DEL DIARIO LA NACION

INFORME DE ABRAHAM SANTIBAÑEZ

REPUBLICA DE CHILE					
PRESIDENCIA					
REGISTRO Y ARCHIVO					
NR. 93126679					
30/ aug/ 93					
P.A.A.	<input type="checkbox"/>	R.C.A.	<input type="checkbox"/>	F.W.M.	<input type="checkbox"/>
C.B.E.	<input type="checkbox"/>	M.L.P.	<input type="checkbox"/>	P.V.S.	<input type="checkbox"/>
M.T.O.	<input type="checkbox"/>	EDEC.	<input type="checkbox"/>	J.R.A.	<input type="checkbox"/>

En algún momento, en meses recientes, el período que he estado en la dirección del diario se convirtió en el más prolongado en muchos años, probablemente en más de un cuarto de siglo.

Este hecho tiene poca importancia en sí mismo. Lo relevante es que en este tiempo el diario LA NACION ha ido imponiendo una nueva imagen, distinta de la tradicional. Tenemos un diario respetado por su profesionalismo, pluralismo y credibilidad en vez del diario incondicional del gobierno, que encuentra bueno todo lo oficial y denigra cualquier acción opositora, situación que se llevó al extremo durante el régimen militar, pero que comenzó mucho antes, ciertamente con el estilo panfletario de Darío Sainte-Marie (autor del famoso titular sobre "maleteros y contrabandistas" con el cual descalificó en primera página a un grupo de dirigentes radicales).

Este cambio de imagen de LA NACION es, sin duda, un capital apreciable, logrado con gran esfuerzo y no pocos sacrificios.

Al mismo tiempo, sin embargo, a la hora del balance, todavía anotamos serias deficiencias, la principal de las cuales sigue siendo el desconocimiento de este esfuerzo por grandes sectores de opinión pública. El episodio del 28 de mayo, cuando el Ejército recurrió a negociar directamente con el gobierno un determinado titular de primera plana, no afectó mayormente la percepción generalizada de que éste sigue siendo un diario de gobierno: simplemente la subrayó.

Creo, por mi parte, que este hecho nos obliga a sacar algunas conclusiones, y plantearlas desde el punto de vista del responsable periodístico del diario, al cabo de casi tres años y medio. Entiendo que en estos mismos días y como consecuencia de la situación producida el 28 de mayo., se ha acelerado el análisis de la situación del diario, pese a lo cual, mi propia participación en este debate ha sido escasa y tangencial.

LOS DESAFIOS INICIALES

En primer lugar, me parece apropiado recordar lo que ocurrió después del cambio de gobierno, en los primeros meses de 1990. Sobre la base de la muy escasa información disponible desde dentro

de la empresa, nos vimos obligados a asumir la tarea de mantenerla en marcha, tratando de afectar lo menos posible su normal funcionamiento y sin producir grandes quiebres en el personal, que naturalmente estaba preocupado por lo que podía venir.

El análisis fue necesariamente breve y, en lo que a mi respecta, sólo me integré a él en los primeros días de marzo, es decir apenas una semana antes de asumir la Dirección. Las decisiones más importantes que se tomaron entonces fueron:

- a) No cambiarle el nombre al diario.
- b) No alterar sustancialmente su diseño (se hablaba de convertirlo en un diario de la tarde en Santiago)
- c) No paralizar su publicación.
- d) Mantenerlo como un diario nacional y preparar un proyecto en un par de meses que apuntara sustancialmente a un público de clase media. Hubo consenso en que debería tener una firme base profesional, de pluralismo (en especial en su apertura a todos los sectores de opinión), de credibilidad (mediante una información amplia y no sesgada) y de profundo respeto a las personas.

EL DIARIO QUE RECIBIMOS

Este análisis comenzó por una revisión del diario que habíamos recibido, cuyas características esenciales se resumen en:

I.- Mala imagen (muy pobre, en realidad); identificación plena con el régimen militar. Después de muchos altibajos, su proyecto se concentró en la idea de que era necesario leer LA NACION para conocer el pensamiento del gobierno, lo que no era totalmente efectivo, pese a la cantidad de comentaristas que marcaban el ritmo oficial.

II.- Baja circulación, sostenida principalmente por los suplementos, en especial Deportes, Teje-hogar y Verónica.

III.- Desde el punto de vista periodístico, un diario muy opaco, mediocre, con noticias de poco alcance y sin firmas relevantes. Pobre diagramación y mala presentación.

Todo lo anterior se traducía en una profunda aversión del mercado hacia la marca La Nación, lo que había convertido a este diario en aquél que una mayoría jamás estaría dispuesta a comprar o siquiera leer. Pese a ello, parecía que la dignidad del proyecto inicial de sus fundadores era rescatable. También era fácil concluir que un cambio meramente cosmético -nombre, sobre todo- iba a correr la misma

3

suerte que El Cronista o La Patria, ya intentados durante el régimen militar.

EL PRIMER PROYECTO

A partir del mismo 11 de marzo de 1990 se elaboró, en una labor de equipo con la administración de la empresa, lo que llamamos el proyecto diario LA NACION, cuyas características fundamentales eran:

I.- Un diario con personalidad propia, no incondicional del gobierno. Dos pilares básicos debían sustentarlo: credibilidad (información amplia, sin restricciones) y pluralismo (en especial en las opiniones).

II.- Preocupado de los temas nuevos del debate: denuncias sobre derechos humanos, reconstrucción de la democracia, economía de mercado con sentido social, reinserción de Chile en el mundo.

III.- Se pensó que el público más adecuado era el público de clase media: C1, C2 y C3.

IV.- Énfasis en el "servicio al lector", un lector abierto a los cambios, moderno pero no exageradamente, juvenil y que estaba rompiendo tabúes y convencionalismos, pero sin exagerar. Concertacionista, pero sobre todo, partidario de los cambios.

V.- Incorporación de nuevos suplementos, con una línea más propia del diario, así como la eliminación de otros cuya imagen estaba demasiado marcada por el diario anterior..

LA REVISION DE DICIEMBRE DE 1992

Aunque el proyecto inicial estuvo sometido a un constante escrutinio, en 1992 se decidió hacer una revisión a fondo, que culminó en diciembre, cuando se empezaron a aplicar las recomendaciones de los distintos grupos de trabajo. Esta tarea se complementó, además, con las recomendaciones planteadas por Chile Consult.

El trabajo se organizó en comisiones que incluyeron representantes de otras áreas de toda la empresa, a fin de lograr una visión global. También se consideró necesario revisar el público objetivo, de acuerdo a la experiencia acumulada y tratar de optimizar el uso de la nueva tecnología incorporada: la computación.

La consideración básica fue que La Nación debía tender a posicionarse como un diario "de influencia", como parte de la llamada "prensa seria", y que su contenido debe abarcar todo lo que se considera relevante -porque "no lo puede dejar de saber"- para

el público que hemos definido y que llamamos también el "público que toma decisiones".

Se acuñó el término de "segundo diario central", después de El Mercurio, para hacer más precisa esta aspiración. Se pretende lograr un diario que constantemente impacte y sorprenda por su presentación y diagramación, originalidad de los temas y cuya credibilidad y presencia en la opinión pública sean muy altas. En materia de diagramación, esto significa que no será igual que el resto de los tabloides, combinando la audacia con una línea clásica, no abigarrada.

Desde el punto de vista periodístico, se propuso reafirmar la idea del periodismo de contexto, que implica un trabajo de reporteo exhaustivo, hecho con seriedad y presentado con abundante uso de apoyos gráficos, fotográficos y la constante inclusión de textos de complemento. El lenguaje, en concordancia, debe ser atractivo: grato de leer, ingenioso y provocativo, pero serio y responsable.

Esta es la tarea emprendida a partir de diciembre de 1992, cuyos resultados son todavía muy difíciles de apreciar debido a que no se ha contado con todos los recursos necesarios, aparte de los problemas lógicos que se derivaron del período de vacaciones de verano. No cabe duda, sin embargo, de que el planteamiento de fondo recoge la experiencia acumulada en casi tres años y la proyecta seriamente hacia el futuro, mediante el aporte de los periodistas y el apoyo del resto de la empresa.

INTENTO DE "REPROFESIONALIZACION"

2.- Hecha la historia, habría que agregar algunas consideraciones en torno a lo que, a mi personal parecer, debe servir de base para cualquier determinación futura.

En primer lugar, vale la pena preguntarse ¿qué sentido tiene un diario de gobierno?

No hay, según hemos podido investigar, una situación similar en el mundo desarrollado de Occidente. A lo más hay diarios de partidos de gobierno, algunos, como es el caso de los países escandinavos, en que se subsidia a toda la prensa política, que tienen financiamiento estatal, pero que no pertenecen al Estado y, menos, son administrados por el gobierno.

Diario como LA NACION tradicional son más propios de regímenes en los cuales la democracia ha experimentado serios sobresaltos en su historia o nunca ha existido realmente. El Nacional de México, por ejemplo, está en proceso de privatización y en Perú, el diario....,

también dependiente del gobierno, no tiene mayor importancia en ningún sentido.

En el caso nuestro, el intento que hemos hecho desde 1990 apunta, conforme las grandes directrices que nos dio el gobierno en su momento, a re-profesionalizar el diario, es decir, darle un carácter competitivo frente al resto de la prensa chilena, para lo cual se consideró necesario que el gobierno renunciara explícitamente a fijar sus pautas e intervenir en su quehacer diario y, al mismo tiempo, se enfatizó el propósito de asegurar su credibilidad con un gran esfuerzo de amplitud informativa y de mejorar el pluralismo de sus opiniones.

No cabe duda de que este propósito se basa en un respeto al trabajo de los periodistas y en una convicción profunda de que no son profesionales "manipulables". Pero también implica una limitación básica: la prescindencia del gobierno en todo sentido, se reflejó en la ausencia de cualquier subsidio especial, ni siquiera el tradicional recurso de los avisos fiscales (consecuencia esto último de la reducción de las empresas del Estado y de su autonomía adicional, la política de publicidad).

Esta circunstancia ha hecho que el propósito de asegurar una base realmente competitiva frente a los grandes consorcios periodísticos chilenos se haya frustrado, convertida en un mito. Los periodistas nos hemos visto obligados a trabajar en condiciones difíciles, sin los recursos que reclamábamos y que considerábamos indispensables para pagar más periodistas y en mejores condiciones, para atender con mayor eficiencia a los requerimientos noticiosos, tanto en materia de tecnología como incluso de libertad de desplazamientos.

El diario ha ido introduciendo mejoras tecnológicas -la computación, en primer lugar, que se debe complementar antes de fin de año con un nuevo scanner para separación de colores y una nueva rotativa- pero ello se ha hecho de manera paulatina, sin que tuviéramos realmente la posibilidad de lograr un impacto decisivo en la opinión pública.

ALGUNAS LIMITACIONES

Lo anterior significa, lisa y llanamente, que el proyecto concordado no se ha llevado nunca plenamente a la práctica. Más aún, todavía faltan elementos por lo que solamente a fines de este año, y más probablemente a comienzos del próximo, podríamos

realmente aplicar en su integridad el proyecto, cuya versión definitiva se logró a fines de 1992.

Creo necesario subrayar enfáticamente la importancia de este dato: cualquier evaluación de las insuficiencias periodísticas de este período debe tomarlo en cuenta.

La falta de recursos se ha traducido en un exceso de exigencia al personal periodístico, en la imposibilidad de cambiar oportunamente a quienes no tenían el nivel profesional requerido, dificultades para estar a tiempo en el sitio de la noticia y para adquirir los servicios adecuados, e incluso en una exigencia de cierres de páginas que necesariamente atenta contra la definición misma del proyecto.

Esto se ha convertido en un "zapato chino" en el diario: la primera edición se cierra a las seis de la tarde (con páginas que se empiezan a entregar al taller horas antes), mientras que la segunda -por razones de recursos- debe limitar drásticamente sus cambios. También afectó a lo que se ha considerado una "fortaleza" tradicional: el deporte, en especial la revista Triunfo.

La imposibilidad de hacer realmente un diario "competitivo" ya salta a la vista: la lentitud con que se han proporcionado los apoyos necesarios, los problemas de definición del proyecto, los problemas que subsisten, hacen que hoy el diario tenga una doble imagen. Por una parte, frente a la clase política, los profesionales del periodismo y los académicos, se ve como un medio saludablemente renovado, moderno e innovador. Pero, al mismo tiempo, no ha logrado despegar en términos de venta -tanto de ejemplares como de suscripciones- y en captar publicidad para entrar firmemente en la senda del autofinanciamiento, es un buen diario pero sin lectores.

Es obvio, en consecuencia, que al cumplirse el mandato del Presidente Aylwin, se presente la indispensable e ineludible tarea de hacer una revisión del diario. Ello, evidentemente, se debe hacer ahora, de manera de introducir los cambios que se considere necesarios a más tardar al comienzo del próximo período. Al mismo tiempo, este debate debe ser amplio y transparente, y en él me parece imprescindible la presencia activa de quienes, durante este período, hemos tenido la responsabilidad periodística.

LOS CAMINOS POSIBLES

A la luz de este recuento, me parece posible plantear algunas alternativas para este análisis:

- 1.- Continuar como estamos.
- 2.- Seguir por el mismo camino, pero con un apoyo importante en materia económica para cumplir cabalmente el proyecto.
- 3.- Revisarlo todo desde el comienzo

1.- Respecto de la primera posibilidad, parece evidente que una gran mayoría de quienes han expresado su opinión hasta ahora, la considera impracticable. Sin embargo, la última proposición hecha por la Gerencia General al Directorio de la empresa ignoró la petición de la Dirección periodística en el sentido de aumentar el número de páginas para estar realmente en condiciones de desarrollar el proyecto revisado en 1992. El argumento básico: la baja de las ventas.

2.- La segunda, que es la que hemos estado planteando constantemente los periodistas, requiere no sólo de mayores recursos. Implica también un plazo para que se puedan producir resultados positivos. La gran interrogante, sin embargo, nace del hecho de que ya llevamos casi tres años y medio en este esfuerzo y no parece haber la convicción en el Directorio y en las autoridades superiores de la empresa de que este sea un buen camino. No ha habido, por lo menos, señales constantes, precisas y enérgicas al respecto.

El argumento básico que se ha dado reiteradamente en favor de la mantención y mejoramiento del diario en las actuales condiciones es la necesidad de tener un medio que regule y equilibre el mercado y permita una opción alternativa en materia de diarios a los dos grandes conglomerados existentes.

Es una consideración que debe analizarse a fondo, sobre todo a la luz de las posibilidades reales de crear una red de diarios en provincias, a partir de la experiencia de El Nortino.

Independientemente de cualquier otra conclusión, es evidente que LA NACION en este período ha servido de acicate para abrir la información a temas nuevos y de interés en el futuro democrático de Chile. El tema de los derechos humanos podría haber quedado sepultado sin la labor de denuncia y esclarecimiento de nuestro diario y tampoco puede olvidarse que temas como la juventud, la ecología, la mujer, los derechos de los niños y de la Tercera Edad, aparte de un enfoque desprejuiciado de la actualidad internacional, se han abierto un espacio nuevo en la prensa chilena gracias a LA NACION. El énfasis en algunas insuficiencias de nuestra labor, en

especial en temas económicos, pone de relieve precisamente la trascendencia de este papel regulador.

Cabe plantear, en consecuencia, que un diario del Estado, con una garantía de pluralismo y objetividad, puede ser indispensable en la etapa actual de Chile, como un resguardo frente a eventuales aventuras golpistas o cualquier otra tentativa extremista.

3.- La tercera posibilidad tiene una variable simple: privatizar. Ha estado latente en todos estos años y aflora de tiempo en tiempo por la vía del rumor.

Es obvio que es una alternativa tentadora: el ordenamiento interno de la empresa, por una parte, y la consolidación de la democracia, por otra, hacen que la situación sea muy distinta de la de 1989, en las postrimerías del gobierno militar. Entonces una privatización no daba garantía alguna de transparencia y no deben minimizarse las consecuencias que habría tenido el traspaso del Diario Oficial al Instituto Geográfico Militar.

Personalmente, sin embargo, antes de considerar esa posibilidad, creo conveniente pensar en qué otras variables existen.

OTROS ENFOQUES

Una proposición que se debería estudiar -sobre todo si se recuerda la falta de mayor análisis al respecto en 1990- es cambiar radicalmente el enfoque del diario, manteniendo la propiedad mayoritaria del Estado. Esto puede ir desde el reestudio de la necesidad de un periódico dirigido a los sectores de menores ingresos, a fin de asegurar su acceso a la información, como un derecho humano básico. No es fácil visualizar en qué consistiría un proyecto de este tipo, pero tiene la ventaja de que permite mantener la idea de un red regional de publicaciones.

Igualmente, si hay una decisión de darle el apoyo en cuanto a recursos, puede ser la reevaluación del perfil inicial del lector, es decir la clase media.

Finalmente, quiero recoger el planteamiento hecho desde esferas de gobierno o cercanas a él, de orientar el proyecto hacia un diario más oficialista, que pudiera plantear en el día a día la visión del gobierno, sin la obsecuencia que tuvo LA NACION bajo el régimen militar, pero sin pretensiones de autonomía que, como se ve, han

resultado incómodas y no han convencido a algunos sectores decisivos de nuestra sociedad.

Es también un proyecto difícil. Pero, como las alternativas anteriores, no debería descartarse a priori en estas circunstancias.

PERSPECTIVAS

En esta perspectiva cabe pensar también en un proyecto por un tiempo limitado, a fin de hacer una evaluación tranquila y a fondo de lo que se quiere y se puede hacer con el diario y la empresa LA NACION. Eso implicaría, como ya se dijo, mantener el proyecto actualmente en ejecución, darle un adecuado respaldo y pensar, dentro de esa línea en reforzarlo y ampliarlo.

En las últimas semanas, frente a una determinación inicial muy rotunda de parte del directorio, se han estado revisando los suplementos. Se suprimió el juvenil (La Iguana), pero se ha hecho un excelente trabajo de revisión del de Espectáculos (Tablero Vuelto). También sigue pendiente la decisión sobre un suplemento cultural y uno internacional.

Este último punto tiene dos facetas. Una se refiere a un suplemento dentro del diario. Pero también, cabe preguntarse cómo podría colaborar el diario en la información destinada al exterior. Hay evidencias de que los sumarios de prensa que envía la Cancillería no son lo suficientemente informativos ni todo lo oportunos que el personal en las embajadas quisiera. (Tampoco llegan oportunamente los diarios, en especial LA NACION, que ha sido sistemáticamente preterida, sin explicación alguna).

Igualmente está pendiente la manera de llegar regularmente y con información profesionalmente preparada a los chilenos que conforman las "colonias" en el exterior y que fueron exiliados que decidieron quedarse o ahora se han nacionalizado en esos países, pero que quieren mantener vivos sus vínculos con Chile.

Para todos ellos se podría preparar semanalmente una edición aérea de LA NACION, con información extraída del diario de la semana, más algunos antecedentes o informaciones de servicio público tales como textos completos de discursos o leyes que puedan tener especial interés, y también un extracto de las opiniones de otros diarios y un resumen de lo más destacado de los programas de debates de la radio y la TV.

Este es un pequeño esfuerzo desde el punto de vista editorial, cuyo mayor costo sería el envío y la distribución, pero que vale la pena intentar.

Respecto de todo esto, finalmente, lo único que quisiera subrayar, como conclusión, es que la experiencia recogida en este período debería ser aprovechada.

De LA NACION no sabíamos prácticamente nada en marzo de 1990. Ahora sabemos más, hemos aprendido mucho y eso no puede dejar de considerarse ni menospreciarse.

Santiago, agosto de 1993