

Diario *La Epoca*, el duro regreso de la democratización informativa en Chile

Dr. Fernando Fuente-Alba Cariola (*)

Resumen: El presente artículo reconstruye la historia de *La Epoca*, uno de los periódicos más icónicos de Chile y que marcaría mediáticamente el retorno a la democracia después de 17 años de Dictadura Militar en el país. El artículo se basa en seis entrevistas semi estructuradas en profundidad a directores y miembros de la plana ejecutiva y fundadores del diario, realizada por uno de los autores a semanas del cierre de *La Epoca* y la recolección de artículos y material documental respecto al nacimiento, historia y desaparición de un diario que marcó el desarrollo cultural e ideológico de todo un país comprometido con la democracia. Entre los hallazgos más interesantes están los rasgos y características de la estructura y calidad periodística de un diario comprometido con la verdad, versus las presiones políticas y comerciales de un Chile absolutamente polarizado tanto en lo social como en el informativo, con dos grandes Holding periodísticos como Copesa y *El Mercurio* que veían como una amenaza el desarrollo de un periodismo diferente. Un diario que finalmente cerraría tras 11 años de existencia en manos de sus propios trabajadores, una jugada comercial desesperada que finalmente no tuvo éxito ante la falta de pluralismo mediático existente.

Palabras clave: La Epoca – dictadura – medios – Chile – pluralismo.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 213]

(*) Universidad Católica de la Santísima Concepción-Chile.

Periodista por la Universidad Católica de la Santísima Concepción, Doctor en Comunicación Audiovisual y Publicidad por la Universidad Complutense de Madrid; Máster en Producción Audiovisual por la Universidad Internacional de Andalucía; Académico de la Universidad Católica de la Santísima Concepción y coordinador grupo de investigación en comunicación e imagen ICONOS UCSC. Catedrático de asignaturas en Pre y Postgrado, sus investigaciones científicas, libros y conferencias están orientadas a representaciones mediáticas, televisión local, medios de comunicación e identidad. <https://orcid.org/0000-0002-4316-5097>
ffuentealba@ucsc.cl

Introducción

La diversidad existente en la prensa escrita chilena fue brutalmente interrumpida –así muchos otros aspectos de la vida institucional de Chile en un solo día, producto del golpe de estado. En efecto, el mismo 11 de septiembre de 1973 las autoridades militares decretaron la prohibición de todos los diarios, con la sola excepción de *El Mercurio* y *La Tercera* (Couso, 2011).

La Junta de Gobierno, desea mantener informada a la opinión pública sobre acontecimientos nacionales. De acuerdo a lo dispuesto en los bandos hasta ahora emitidos y por encontrarse el país en Estado de Sitio, se ha dispuesto ejercer sobre los medios de publicación (sic) una estricta Censura de Prensa. Como una primera medida precautoria, durante el día 12 de Septiembre de 1973, se ha autorizado solamente la emisión (sic) de los siguientes diarios: *El Mercurio* y *La Tercera de la Hora*. Paulatinamente se irán autorizando otras publicaciones. Se considerará que las Empresas no indicadas en este Bando deben considerarse de hecho clausuradas (...). Junta de Gobierno de la Fuerzas Armadas y Carabineros de Chile (Bando número 15, 1973).

Así, con un golpe de Estado en 1973 no sólo se afectó la vida y derechos humanos de los chilenos, también se reconfiguraba dramáticamente la escena periodística nacional en materia de prensa escrita y libertades de lectura, que sólo en sus últimos cinco años vino a ver la luz con dos nuevos diarios, *Fortín Mapocho* y *La Epoca*, el primero, un diario de ‘trinchera’ que, luego de jugar un importante rol de denuncia de los atropellos de la dictadura (a partir de 1987) terminaría cerrando en 1991. El segundo, un diario mucho más complejo y competitivo con los del consorcio *El Mercurio* y Copesa, fue fundado en 1987 y logró publicarse hasta 1998, cuando debió cerrar por problemas de financiamiento (Couso, 2011).

Este artículo se detiene en la historia de *La Epoca*, uno de los periódicos más icónicos de Chile, que marca mediáticamente los últimos años de Dictadura y el retorno a la democracia después de 17 años de dictadura militar en el país. Este artículo recoge seis entrevistas inéditas y jamás publicadas realizadas a directores y miembros de la plana ejecutiva y fundadores del diario, realizada por el autor en 1998 a semanas del cierre del periódico. A través de las entrevistas y la recolección de artículos y material documental se reconstruye el nacimiento, historia y desaparición de un diario que marcó el desarrollo cultural e ideológico de todo un país comprometido con la democracia. Entre los hallazgos más interesantes están los rasgos y características de la estructura y calidad periodística de un diario comprometido con la verdad, versus las presiones políticas y comerciales de un Chile absolutamente polarizado tanto en lo social como en lo informativo, con dos grandes Holding periodísticos como Copesa y *El Mercurio* que veían como una amenaza el desarrollo de un periodismo diferente.

La Epoca fue un diario que finalmente cerró en 1998 tras once años de existencia. Ya en

manos de sus propios trabajadores, esta última jugada comercial finalmente no tuvo éxito ante la falta de reinvención periodística de un diario, que surgió para respaldar a la Concertación de Partidos por la Democracia y combatir a la dictadura de Pinochet. Sin embargo, retornada la democracia al país y ante la falta de pluralismo periodístico, dada la competencia de poderosos holdings informativos, *La Epoca* bajo la administración de sus trabajadores desapareció. Los objetivos generales de esta investigación fueron reconstruir el nacimiento, funcionamiento y caída de unos de los diarios más importantes para el retorno de la democracia a Chile y por otro lado determinar los factores que provocaron el cierre del Diario *La Epoca* en 1998.

Metodología

El diseño ocupado para realizar la investigación y que permitió llegar a los objetivos propuestos por el autor, fue del tipo descriptivo (Hernández Sampieri et al., 2014) por cuanto no modificó el objeto ni el campo de investigación para obtener los datos que permitieron dar respuesta a las preguntas de investigación.

La técnica de recolección de datos se basó en dos instrumentos: 1) El método de observación documental (Sierra Bravo, 1994) y 2) Entrevistas semiestructuradas a ejecutivos y directores de *La Epoca* hechas por el autor a semanas de su cierre y que no han sido publicadas en ninguna revista o medio.

La Observación documental analizó artículos periodísticos relacionados con la crisis que afrontó el diario *La Epoca*, publicados entre marzo y julio de 1998 en los diarios *La Nación*, *La Tercera* y *El Mercurio* con la finalidad de verificar el tratamiento mediático de cada medio a la crisis económica vivida por el matutino y que finalmente desencadenó su cierre a finales de ese año. Así también, se revisaron artículos periodísticos relacionados con la crisis del diario *La Epoca* publicados en las revistas *Hoy*, *Qué Pasa* y *Ercilla*, entre marzo y julio de 1998, con la finalidad de conocer las variables manejadas por las revistas, frente al cierre del matutino. Con la intención de complementar las variables recogidas se revisaron estadísticas de la Asociación Chilena de Agencias de Publicidad, ACHAP y por la revista *Publimatech*, con la intención de mostrar la inversión publicitaria en los diarios chilenos de circulación nacional entre 1990 y 1998.

Las entrevistas no estructuradas en profundidad (Sierra Bravo, 1994) fueron realizadas a:

1. Carlos Aldunate, periodista de la Universidad Católica de Maúle. Director del diario *La Epoca* entre 1995 y 1998. Máximo responsable de la entidad al momento del cierre. Entrevista realizada el 28 de julio de 1998 en Santiago de Chile.

2. Julio Palacios, gerente de producción del diario *La Epoca* al momento del cierre. Entrevista realizada el 28 de julio de 1998 en Santiago de Chile.

3. Rosa Alcayaga, periodista de *La Epoca* y representante de los profesionales del área periodística del diario durante la última crisis de la organización. Entrevista realizada el 29 de julio de 1998 en Santiago de Chile.

4. Jorge Donoso, presidente del Colegio de Periodistas de Chile al momento del cierre de *la Epoca* y jefe de Comunicaciones de Codelco y ex director del emblemático diario *Fortín Mapocho*. Entrevista realizada el 30 de julio de 1998 en Santiago de Chile.

5. Emilio Filippi, fundador del diario *La Epoca* y director de la entidad desde 1987 hasta diciembre de 1992. Ex director del diario *El Sur* de Concepción y de las revistas *Ercilla* y *Hoy*. Entrevista realizada el 6 de octubre de 1998 en Santiago de Chile.

6. Manuel Salazar, periodista de la Universidad de Chile, editor nacional del diario *La Epoca* entre 1987 y 1990. Parte clave del equipo fundador del medio periodístico y gestor del proyecto del diario. Entrevista realizada el 7 de octubre de 1998 en Santiago de Chile.

Nacimiento de la Idea

Desde fines de 1982 hasta 1985, Chile después de haber sufrido una de las crisis económicas más importantes de los últimos años, comienza un período de apertura informativa que no se había dado en toda la dictadura. Fue ese el momento histórico escogido por Emilio Filippi para encargar al entonces redactor político de la revista *Hoy* Ascanio Cavallo, la creación de un nuevo diario que propusiera una alternativa distinta a los medios oficiales.

En una reunión acontecida el año 1980 en la revista *Hoy*, el equipo periodístico de ese medio de comunicación escrito concuerda en la posibilidad de crear distintos medios y publicaciones periodísticas que fueran dirigidas a lectores diferentes de los de la revista *Hoy*, por lo que debería tener un estilo particular de hacer periodismo. Fue en esa reunión donde se inicia un proyecto de cinco años que terminaría finalmente con la creación de un diario. Cavallo trabajaría con dos de sus amigos y compañeros universitarios, Manuel Salazar, periodista de la revista *Cauce* y Óscar Sepúlveda, periodista de la revista *Ercilla* y del diario *La Segunda*, desde el año 1984 en adelante comenzamos a trabajar en el proyecto que finalmente se transformaría casi en un libro. Paralelamente se tramitó el permiso y la búsqueda de financiamiento y la tercera gestión fue el proyecto financiero, que estuvo encabezado por Víctor Marshall”, dice Manuel Salazar (Comunicación personal, 07 de octubre de 1998).

Después de fracasados intentos judiciales para crear diferentes publicaciones, los esfuerzos del equipo periodístico se dirigieron a conseguir la autorización del gobierno militar para la creación de un nuevo diario que llevaría por nombre *La Epoca*. Paradojalmente, el nombre del diario *La Epoca* estaba inspirado en un diario liberal que circuló en Chile entre 1881 y 1892, durando los mismos 11 años que vivió su predecesor, “nosotros quisi-

mos ponerle *El País* y no pudimos porque ya estaba inscrito por otra persona, y cobraba 10 millones de pesos (10 mil dólares al día de hoy) por vender la marca. Entonces, entre los nombres que encontramos estaba *La Epoca*, que fue un diario liberal del siglo pasado que curiosa y trágicamente duró sólo 11 años”, indicó el entrevistado Emilio Filippi, hoy fallecido (Comunicación personal, 06 de octubre de 1998).

El modelo que serviría como inspirador al nuevo diario sería el periódico español *El País*, que tendría un estilo y presentación similar al proyecto del diario chileno. Según Filippi, entre sus primeros principios destacarían “el realizar un periodismo serio que se mantuviera al margen de los partidos políticos y que representara los intereses de la comunidad, pero que no por eso no se definiera políticamente, pues su postura en ese caso era muy clara: ser la bandera de la democracia” (E. Filippi, Comunicación personal, 06 de octubre de 1998).

Su nacimiento está ligado a un momento histórico en que sólo existía la información que emanaba desde fuentes oficiales ligadas al régimen autoritario. Segundo, su aparición lo convirtió en un actor fundamental del proceso de apertura que comenzaba a vivir el país, identificándose como un medio de oposición al gobierno (Benavides y Sepúlveda, 2002, p. 09)

Las principales características del nuevo medio señalados por Emilio Filippi fueron: El periódico será de circulación diaria; el propietario de la publicación será “Impresiones y Comunicaciones Limitada”; el editor responsable será Emilio Filippi y el representante legal de la publicación será Víctor Marshall Orrego. Además, se estableció que *La Epoca* se organizará en base a secciones noticiosas genéricas. Poniendo énfasis en un estilo depurado, con abundante periodismo interpretativo, destacando además el aspecto informativo de la Noticia. Existían dos páginas de redacción, una de editoriales y otra exclusivamente de tribuna para el lector. Por otro lado, el entonces gerente general de la revista *Hoy*, Víctor Marshall estaría a cargo de la parte financiera económica del diario. Mientras que Julio Palacios, gerente de Impresiones y Comunicaciones Limitada, se preocuparía de adquirir la tecnología necesaria para que el proyecto se hiciera realidad. Acordándose que el diario se llamaría *La Epoca* y que tendría un formato tabloide de 32 páginas promedio. Siendo impreso en sistema offset e iría en blanco y negro. Así también, dentro de la estructura del diario se hace mención de que los periodistas tendrán que escribir con absoluta objetividad, mezclando un estilo ameno con abundante información.

Presentación de la solicitud de circulación al gobierno

El 4 de enero de 1984, Emilio Filippi presentó la primera solicitud al ministerio del interior del gobierno de Pinochet, con el fin de conseguir el permiso para la publicación y circulación del nuevo periódico. Para lo cual se apoyó en la letra B de la disposición 24 transitoria de la Constitución Política de la República de Chile y en los decretos exentos número 3259

y 3345 del 29 de julio y del 7 de septiembre, respectivamente. Donde se establece que, habiendo peligro de perturbación de la paz interior, el presidente de la República así lo declarará y tendrá por seis meses renovables distintas facultades”. Entre estas facultades destaca la de la letra B, donde podrá “restringir el derecho a reunión y libertad de información, ésta última en cuanto a la fundación, edición o circulación de nuevas publicaciones” (Constitución Política de 1980).

En la solicitud presentada al ministerio del interior por Emilio Filippi se consideraban una serie de principios que incluiría el proyecto “afirmó la decisión de que la nueva publicación se sujete a las normas legales vigentes y a las de la ética profesional y sirva de vehículo a la información de los chilenos y a la defensa de los valores de la persona, la familia y la nacionalidad, a través de un Periodismo serio, respetuoso de la verdad e independiente de toda posición ideológica, política o religiosa” (extracto del documento de solicitud propiedad del editor Manuel Salazar).

La petición fue dilatada sin respuesta por el gobierno de Pinochet. Eso obligó a que cuatro meses después de presentada la primera solicitud, Filippi tuvo que reiterar su petición, el 29 de mayo de 1984. Sin embargo, la espera continuaría por más de 7 meses. De hecho, el 31 de diciembre de 1985, Emilio Filippi volvería a presentar una carta reiterando la solicitud al entonces recién asumido ministro del interior, Ricardo García. “Por lo anterior y a través de esta comunicación reiteró a usted la solicitud presentada a ese ministerio para que autorice a la empresa Impresiones y Comunicaciones limitada, la publicación del diario *La Epoca* (Revista *Hoy* N° 442).

La idea de Filippi, como director de la revista *Hoy*, era utilizar su medio para presionar al Ministerio del Interior y así obtener la tan anhelada autorización. Para ello ocupó la página editorial, los comentarios semanales y entrevistas a connotados abogados que daban fe de la obligación del gobierno de responder la solicitud.

Según Filippi, esta primera espera terminaría el día 14 de enero de 1986 con la presentación de un recurso de protección ante la Corte de Apelaciones de Santiago en contra del ministro del interior Ricardo García. El escrito presentado por él y su socio de Impresiones y Comunicaciones limitada, Juan Hamilton, se basaba en la omisión reiterada del secretario de Estado a contestar la solicitud, recurso que fue acogido el 15 de enero por la Corte de Apelaciones de Santiago.

Finalmente, el 31 de marzo, la Octava Sala de la Corte de Apelaciones de Santiago dio su fallo, el Ministerio del Interior debía contestar en un plazo de quince días la solicitud que finalmente determinaría la circulación del diario *La Epoca*. Sin embargo, ambas partes no quedaron conformes con el fallo de la Corte y apelaron, con lo que el proceso judicial pasaría a manos de la Corte Suprema.

Mientras tanto, a través de la revista *Hoy* se iniciaba una campaña a favor del diario llamada “Compromiso de Suscripción”. El exministro Carlos Figueroa y el abogado Amiti Pilowsky, sugirieron publicar una lista de futuros suscriptores, mediante un cupón inserto en la revista *Hoy*. El eslogan de la iniciativa era: “Es *La Epoca* de participar, de respaldar estas ideas con hechos. ¿Usted quiere ver circulando el diario *La Epoca*? Comprométase, haga un Compromiso de Suscripción” (M. Salazar, Comunicación personal, 07 de octubre de 1998).

El 6 de mayo de 1986, los ministros de la primera sala de la Corte Suprema Abraham Meersohn, Manuel Rivas del Canto, Enrique Zurita, Luis Maldonado y Carlos Letelier decidieron fijar al gobierno un plazo de 30 días para resolver si autorizaba o no la creación de *La Epoca*, es decir, aumentaron en 15 días el plazo original. “Puede ser o favorable o negativo del derecho que se postula”, señalaba en su parte medular el dictamen del más alto tribunal del país (Revista Hoy N° 460). El 16 de mayo de 1986 la Corte de Apelaciones envió al ministro del Interior un oficio donde se le informaba al ministro del dictamen de la Corte Suprema, por lo que el gobierno a contar de esa fecha tendría 30 días para decidir si autorizaba o no la circulación del periódico.

Finalmente, el 13 de junio de 1986, el Ministerio del Interior comunicó a Juan Hamilton la decisión de autorizar la fundación, edición y circulación del diario *La Epoca*, pero sólo a contar del 11 de marzo de 1987. Para el fundador del diario:

García estaba metido en un zapato chino, porque no hallaba que hacer, ya que él quería dar la autorización, pero Pinochet no la quería dar, al final con el fallo de la Corte Suprema tuvo argumentos para decir, bueno yo no puedo seguir oponiéndome más, no puedo interponer ningún otro recurso, y autorizaron la aparición del diario” (E. Filippi, Comunicación personal, 06 de octubre de 1998).

No confiábamos en que nos dieran la autorización, sin embargo, cuando finalmente nos autorizaron, aprovechamos esos nueve meses para organizarnos. No lo quisimos sacar el 11 de marzo, porque era el aniversario de la Constitución, entonces el primer número iba a estar en tomo a la ceremonia que se hacía en el edificio Diego Portales, entonces decidimos que lo sacaríamos el 18 de marzo, agrega Filippi (Comunicación personal, 06 de octubre de 1998).

Financiamiento

Después de casi tres años de larga espera y batallas judiciales para lograr la autorización del gobierno militar, que permitiría la circulación de *La Epoca*, los esfuerzos se dirigieron a lograr el financiamiento que serviría para concretar el proyecto periodístico, “este diario era sólo un proyecto, que existía sólo en el papel, nosotros no confiábamos en que nos dieran la autorización, sin embargo, cuando finalmente nos autorizaron, aprovechamos esos nueve meses para organizarnos”, indicó Filippi (Comunicación personal, 06 de octubre de 1998)).

El proyecto se creó a partir de una sociedad anónima cerrada, “Impresiones Limitada”, la que estaba formada inicialmente por 24 accionistas y en donde Emilio Filippi y Juan Hamilton tenían la mayor participación en la empresa. Pero también destacaban como accionistas Juan Villarzá, Fernando Molina, Jorge Awad, Eduardo Frei y Enrique Silva Cimma. La inversión inicial para echar a andar el futuro diario se calculó en 10 millones

de dólares, sin embargo, los costos se fueron bajando y finalmente quedó en 5 millones de dólares. Para conseguir el dinero necesario se recurrió a algunos políticos amigos y empresarios. Sin embargo, no se llegó a reunir el total de los recursos requeridos y sólo se logró reunir 1 millón 600 mil dólares, pero de todos modos se inició el proyecto con ese dinero. Por otro lado, se recurrió a la ayuda de organismos extranjeros como una manera de conseguir más financiamiento. Uno de los casos fue el de Italia en donde una organización de sindicatos socialistas, comunistas y demócrata cristianos contactados por Filippi y Sergio Bitar, aportaron una gran cantidad de recursos. “Nos dieron un aporte importante, que nos financió los sueldos por un año completo. Porque nosotros debíamos pagar la impresión, además debíamos contar con papel, todo lo cual significaba un fuerte desembolso”, sostiene Filippi (Comunicación personal, 06 de octubre de 1998).

Según datos entregados por Manuel Salazar la impresión del diario fue encargada a la editorial Antártica, la que importó una prensa usada desde México sólo para este fin, lo que significaba un costo mensual al diario de cerca de 120 mil dólares. Situación que se haría insostenible años más tarde (M. Salazar, Comunicación personal, 07 de octubre de 1998).

El equipo inicial

Los tres años de espera sirvieron para que Filippi organizara el equipo de editores y periodistas que le daría forma al proyecto, para ello contó principalmente con tres profesionales: Ascanio Cavallo, Manuel Salazar y Óscar Sepúlveda, quienes a través de un proyecto escrito organizaron la estructura ejecutiva y periodística de *La Epoca*, además de crear, en conjunto con Filippi, el estilo periodístico de este medio y los principios que lo regirían.

Una segunda etapa consistió en reunir a un grupo de trece personas que se preocuparían de afinar todos los detalles con respecto a la edición del periódico, como también de ejecutar el proceso de selección de postulantes a redactores del diario *La Epoca*. “Se crea un equipo de personas que eran todos co-editores, como 12 a 13 personas que comenzamos a juntarnos semanalmente y a discutir ya los detalles de la puesta en marcha del proyecto” (M. Salazar, Comunicación personal, 07 de octubre de 1998). Finalmente, el equipo de editores que comenzó a trabajar a fines de 1986 estuvo formado por:

- Ascanio Cavallo, editor general.
- Manuel Salazar, editor nocturno.
- Óscar Sepúlveda, editor político.
- Richard Vera, editor nacional.
- Antonio Martínez, editor de cultura.
- Leonardo Cáceres, editor internacional.
- Samuel Silva, editor económico.
- Miguel Ángel Larrea, editor fotográfico.
- Arturo Navarro, editor de *La Epoca Semanal*.
- Juan Domingo Ramírez, sub-editor nacional.

- Marcelo Agost, sub-editor fotográfico.
- Alberto Gamboa, jefe de deportes.
- Marcelo Sandoval, jefe de espectáculos.

La Epoca fue fundado el 18 de marzo de 1987, por su primer director Emilio Filippi con el propósito de colaborar en el retomo del sistema democrático a Chile. “No fue posible que este medio saliera a circulación antes debido a la oposición del régimen militar a autorizar el nacimiento de nuevos diarios” (C. Aldunate, Comunicación personal, 28 de julio de 1998). “El lanzamiento responde a una necesidad social y política, vinculada a un momento bastante complicado y con una prensa partidaria del régimen, que oculta información y que manipula” (C. Aldunate, Comunicación personal, 28 de julio de 1998), con una presencia de la disidencia periodística al gobierno militar, que está solamente en la revista *Hoy* y en un par de radios; *Cooperativa* y la *Chilena*.

La Epoca, por lo tanto, aparece como el primer diario de oposición, después de una larga batalla legal que se había iniciado en 1984. Considerando, obviamente, que al régimen militar no le interesaba que hubiera un diario que fuera contra sus intereses, por lo tanto, hizo todo lo que pudo, desde el punto de vista legal, para evitar que saliera *La Epoca*, pero finalmente, y en gran medida al proceso de apertura que se venía viviendo en el país a partir de 1985, a raíz de las protestas se accede a autorizar al diario. Entonces *La Epoca* aparece como una novedad, como una necesidad social y política, y se instala rápidamente con una fuerte influencia en la opinión pública.

Bueno su primer objetivo era ser vocero decidido y comprometido de las libertades públicas, de los derechos ciudadanos y de la democracia en general. Pero más allá de estos objetivos, un aspecto que nunca se trata sobre *La Epoca*, es que:

desde el punto de vista periodístico fue un rayo de luz tan fuerte como lo fue desde el punto de vista político. Desde el aspecto profesional, el diario innovó enormemente en el periodismo nacional, obligando al resto de los medios a subir su nivel. Hay una frase que en las esferas del poder se solía repetir, y que es media chistosa pero también es cruel, se dice que el gran aporte de *La Epoca* fue haber mejorado *El Mercurio*, agrega Carlos Aldunate (Comunicación personal, 28 de julio de 1998).

El impacto periodístico de *La Epoca* es el hecho de implantar un modelo de periodismo distinto al que se hacía en Chile. Recogió lo mejor del periodismo europeo, del diario español *El País*, fundamentalmente y obligó a todos los demás medios escritos a dar un paso adelante, a modernizarse, a mejorar el nivel de su gente, a abrirse a la creatividad. Por otro lado, también los obligó a ampliar su temática, porque había temas prohibidos para ellos, o que no se atrevían a tratar.

El nuevo modelo periodístico que enfrenta a la dictadura

La Epoca surge en un momento muy especial en Chile, ya que por una parte es bien recibido por un importante sector de la población, que valora la aparición de este medio, como una forma de hacer realidad el pluralismo informativo y la libertad de expresión e información en plena dictadura y ante una prensa muy coludida con el gobierno de Pinochet y con pequeñas islas periodísticas que marcaban la disidencia.

El estilo de *La Epoca* se encargó de mostrar un perfil alternativo a toda la prensa existente, asumiendo un rol definitivamente político con una línea editorial que se apartaba del régimen al punto de transformarse en opositor a éste. De hecho, el estar vinculado con militantes del Partido Demócrata Cristiano ya era un síntoma inequívoco de su pensamiento (Benavides y Sepúlveda, 2002).

Esto explica que *La Epoca* haya dedicado desde su nacimiento gran importancia a la cobertura de informaciones políticas, muchas de las cuales involucraban a personajes disidentes del Régimen (Catalán y Sunkel, 1991).

Esto permitió el posicionamiento de figuras políticas que habían estado ausentes por muchos años de la escena nacional. También sirvió para apoyar a figuras emergentes de un sector de la derecha más cercano a una salida democrática del proceso, de hecho, muchos de ellos se reunían en desayunos los días martes en el diario (E. Filippi, Comunicación personal. 06 de octubre de 1998).

Consideremos que *La Epoca* apareció en un momento en que la prensa nacional mantenía un respaldo irrestricto hacia el régimen militar, que se constataba en el tratamiento de las informaciones; sus editoriales; el estilo y cobertura de las noticias. Fuertemente comprometido con la defensa de los Derechos Humanos y la libertad de expresión, *La Epoca* vivió sus momentos más importantes durante la campaña del NO. El 6 de octubre los ejemplares del diario anunciando “Amplio Triunfo del NO” se agotarían en pocas horas y la portada del diario sería utilizada como bandera de triunfo frente al régimen derrotado (Figura 1). Dos años más tarde, durante las elecciones presidenciales de 1989, *La Epoca* volvió a jugar un rol abiertamente comprometido con la candidatura del demócrata cristiano y representante de la Concertación de Partidos por la Democracia, Patricio Aylwin (Benavides y Sepúlveda, 2002)

Pero aparte de ello, se dice que el primer diario ordenado de Chile es *La Epoca*, si miran los diarios chilenos el año 1987 eran un caos, *La Epoca* hizo una innovación gráfica radical, obligó a todos los demás a ordenarse. Fotos grandes, bien elegidas, con un editor fotográfico, primeros planos, agrega Carlos Aldunate (Comunicación personal, 28 de julio de 1998).

El nuevo modelo periodístico también innovó en la temática, fue el primer diario que se abre a la ecología en Chile, como también a las feministas y ONG. Además, cambió la forma de hacer crítica en Chile, hoy todos los medios tienen la misma crítica que *La Epoca*

inició en 1987, chistosa, inteligente. “Fuimos el Periódico que introduce el tema cultural, el arte los escritores, las ideas, el debate, Marco Antonio De la Parra escribe en *La Epoca*, sostiene Aldunate (Comunicación personal, 28 de julio de 1998), quien era el director del diario al momento del cierre. *La Epoca* les puso análisis a las secciones internacionales, se explican las noticias, no se limitan a publicar los cables. En periodismo de opinión lo único que había eran algunas cosas en *La Nación* y *El Mercurio*, “nosotros multiplicamos la opinión, entonces ahí los demás redujeron la editorial y le introdujeron columnas, todo eso paso después de *La Epoca*, porque nosotros lo hicimos primero”, reafirma (C. Aldunate, Comunicación personal, 28 de julio de 1998).

Lo dijimos en el primer número, queríamos ser un diario profesional, pluralista, amplio, que diera tribuna a todas las ideas, a todas las opiniones, que no tuviera prejuicios, un diario bien hecho, ordenado, muy profesional, muy informativo y al mismo tiempo muy orientador (...) Sacamos el modelo del diario *El País* de España, del diario *Le Monde*, aunque *Le Monde* es un poco más intelectual, el diario *El País* es más periodístico, más entretenido. Yo traje esa idea, pues fui a ver como se armaba un diario así (...) Claramente fuimos opositores a Pinochet, eso sí, pero fuimos. un diario que creía en la democracia. *La Epoca* todas las semanas tenía desayunos con políticos de todos los partidos desde la UDI al Partido Comunista, discutíamos la realidad nacional, con el compromiso de que no se publicaba esa reunión, porque era para nosotros director fundador del periódico. Toda esa gente se reunía como en un pequeño parlamento en el diario, todos los martes. Lo habíamos empezado en la revista *Hoy* y lo seguimos haciendo en *La Epoca*, entonces nadie puede decir que fuimos un diario sectario (E. Filippi, Comunicación personal, 06 de octubre de 1998).

Sin embargo, entre los años 1970 y 1990, se produce una crisis de pérdida de lectores, que significa que a las personas cada vez lean menos y esa es una realidad que enfrentan alarmados los ejecutivos de las empresas periodísticas nacionales. Cuestión muy similar a la que 35 años después enfrentan los medios impresos, muchos de ellos ya han tenido que cerrar sus ediciones impresas y transformarse en plataformas de información digital de acuerdo con la convergencia tecnológica.

“Lo lindo de *La Epoca* es que no fue instrumento para ninguna persona, ni siquiera para ningún partido, si la DC, que algunos decían que era el diario DC, se quejaban de que *La Epoca* miraba más para otro lado, que se le daba tribuna sólo a algunos”, sostiene Emilio Filippi (Comunicación personal, 06 de octubre de 1998).

No entendieron nunca que se le podía dar espacio a la Gladys Marín (comunista) y ser perfectamente *La Epoca* inicial, o a Pinochet, Zaldívar (DC), Piñera (RN), Lavín (UDI) o Lagos (Socialista). Nosotros dijimos que creíamos en la democracia, y en democracia se deben confrontar las ideas y para eso deben servir los medios de comunicación. nosotros no a éramos el medio de ningún partido, yo siendo demócratacristiano hasta que me muera, no iba a convertir

a *La Epoca* en un órgano de la DC, porque lo prometí. En un spot de televisión cuando iba a aparecer el diario, prometí que iba a ser abierto a todas las tendencias y uno debe cumplir su palabra. Reconozco que Juan Hamilton (presidente DC) fue absolutamente leal con esa posición, él nunca nos pidió nada. Por ejemplo, Aylwin estuvo haciendo editoriales y para honor de Aylwin, él estaba en el consejo de redacción, que era un consejo que yo había formado con gente de distintos sectores, entonces se discutía un tema y en ese consejo había distintos puntos de vista, y el propio Aylwin entendió que en ese consejo se entregaba el punto de vista colectivo y no el de él. Ese fue un tiempo muy bonito, con editoriales muy bien elaboradas (E. Filippi, Comunicación personal, 06 de octubre de 1998).



Figura 1. Portada Diario *La Epoca*, lunes 06 de octubre de 1988. Fuente: Memoria Chilena.

El fin de una “Epoca”

El 24 de marzo de 1998 el diario *La Epoca* estuvo a punto de no salir a circulación a raíz de una deuda acumulada con la imprenta de este periódico. Sin embargo, el problema se logró superar y el matutino pudo ser impreso y circular sólo en la Región Metropolitana. Este fue el inicio de la cuarta crisis importante que sufría *La Epoca* en sus 11 años de vida. La primera fue en septiembre de 1987, cuando por falta de recursos y malas decisiones empresariales el diario estuvo a punto de colapsar y no salir a circulación. Posteriormente en el año 1992 *La Epoca* cayó en una nueva crisis que terminó con la compra del matutino por parte del consorcio Copesa, quien se hizo cargo de la impresión y distribución del diario. Luego en el año 1995 se produce la tercera crisis del matutino, la que fue superada al ingresar el grupo *Radio Chilena*, que pasó a administrar este medio informativo. Finalmente, en marzo de 1997, el grupo *Radio Chilena* abandona *La Epoca*, dando lugar a la última etapa del diario, donde la propiedad del medio pasaría a manos de los trabajadores de la empresa, como un postrero esfuerzo por mantener la existencia de su fuente laboral. Acción que no pudo evitar el inminente cierre del periódico el 24 de julio de 1998. ¿En qué se había fallado? ¿las innovaciones periodísticas no fueron suficientes? La verdad que hay un dicho muy campestre, que dice “muerto el perro se acaba la rabia”, algo de eso hubo cree Carlos Aldunate.

Me parece a mí que el proyecto nació empresarialmente muerto, porque quienes le dieron vida, lo tomaron desde una perspectiva muy inmediata, hacían el diario para pelear contra el dictador Pinochet, sin valorar lo que era el producto y menos una empresa periodística y mirando para atrás, los que pusieron la plata, ninguno tenía en miras prolongar el diario más allá de lo que correspondía a sus propios intereses. Entonces cuando cae Pinochet, el diario queda en el aire, sin respaldo (C. Aldunate, Comunicación personal, 28 de julio de 1998).

De ahí que el diario se demorara mucho en readecuarse a la hora de recuperar la democracia en Chile. *La Epoca* nace para ganar el plebiscito y ser la bandera del No, pero no logra reinventarse empresarialmente, después de retornada la democracia. Algunos investigadores endosan responsabilidad a los grandes holdings periodísticos como Copesa y su diario *La Tercera* o el holding de *El Mercurio*, pero lo cierto parece que las malas decisiones empresariales y la no readecuación al nuevo escenario político social, fueron las que pasaron la cuenta a *La Epoca*. Antes del cambio del gobierno militar al civil en 1990, *La Epoca* tenía clara cuál era su tarea, sin embargo, y como lo manifiesta el entrevistado Manuel Salazar, el diario no redefine su contenido en el nuevo escenario que se crea en Chile.

No se hace una redefinición del diario, todos teníamos claro entre el 8-: y el 89 cual era la pega nuestra: conseguir que ganará el “No” y segundo que ganará el candidato de la Concertación. Eso era lo fundamental, lo básico. Conseguido eso..., nunca más se hace una reunión para redefinir los contenidos del diario. Ya a partir de 1990 *La Epoca* cae en una incapacidad de asumir la representa-

ción de los sectores más activos y más participantes de lo que era Chile..., se deja de preocupar de los problemas de la juventud, de los trabajadores, solamente verbaliza los contenidos programáticos del gobierno” (Comunicación personal, 07 de octubre de 1998). Aún cuando, para este periodista hubo temas como el de los derechos humanos, que, durante los primeros años de gobierno de la Concertación, fueron tratados como una preocupación constante por el diario.

Yo no puedo acusar ni a COPESA ni a *El Mercurio* de hacer estrategias en contra nuestra, salvo *La Tercera* en la última fase. *La Tercera* del año 97 es un diario muy concentrado en tritramos, pero sólo esa fase. *El Mercurio* siempre fue un competidor leal, nos hacía tiras, pero dentro del marco del juego. En cambio, *La Tercera* dirigida por Fernando Paulsen está concentrada en sacarnos. Por ejemplo, el año 97 COPESA se llevó alrededor de 40 personas de *La Epoca*, de 120, es decir, un 33%. (C. Aldunate, Comunicación personal, 28 de julio de 1998).

Algo de eso cree Jorge Donoso, presidente del Colegio de Periodistas de Chile al momento del Cierre del diario, pues considera que la existencia del duopolio *Mercurio*-COPESA dificulta para los diarios con menos recursos competir por los lectores. “El resultado está a la vista, es muy difícil en las circunstancias actuales sacar un diario sin tener respaldo de esas dos empresas” (J. Donoso, Comunicación personal, 30 de julio de 1998).

La existencia del duopolio que afecta a la prensa nacional, y que pudo haber sido determinante en la crisis de *La Epoca*, tiene su origen en la distorsión del mercado que se produce luego del golpe de Estado de 1973, ya que durante el régimen militar los únicos diarios que no tuvieron problemas para circular fueron los pertenecientes a dichas empresas, recibiendo además un fuerte apoyo económico cuando enfrentaron dificultades a principios de los años 80 (*La Nación*, 29 de marzo de 1998, p. 5).

El diario siempre está muy comprometido con los objetivos de la Concertación y cuando empieza la transición la orden del gobierno es “consenso señores”, “hay que volver a ser todos amigos”, presionando al director del momento. Se le seguía viendo como un actor político, pero no como una empresa que necesitaba competir con *El Mercurio*, con suplementos y modernizando sus secciones, que se abría a los jóvenes. El mismo periodismo que se había hecho en el régimen militar, en la democracia no se hizo. En aras de una política de Estado, que era el consenso y que demuestra que el diario nunca fue pensado como una empresa periodística.

Cuando un diario decide enfrentar al mercado ¡invierte. Cuando *El Mercurio* decide que su diario está muy feo, gris y no lo están leyendo, entonces hay que llamar a la gente a leerlo. Entonces *El Mercurio* se moderniza, gasta plata, es

decir, invierte. Saca un cuerpo de Deportes, con una diagramación tipo *Miami Herald*, fotos grandes, hartos blancos, una cosa atractiva para un público de clase media, ya no está pensando en el público ABCI. Saca suplementos, la revista YA, cambia el papel, es decir, invierte, gasta plata y por ende le retorna la inversión. *La Tercera* hace lo mismo, saca nuevos suplementos... y *La Epoca* no hace nada (C. Aldunate, Comunicación personal, 28 de julio de 1998)

Otro de los factores que se repite es el mal manejo empresarial y una serie de decisiones erradas. Los errores de apreciación y de visión comercial continuaron sucediéndose en los primeros meses de vida del diario, lo que causó que *La Epoca* no contara con un pilar económico sólido que le permitiera desarrollarse como empresa periodística. Lo que se observa claramente en las declaraciones del periodista Manuel Salazar:

...hay decisiones que se toman y que son muy malas, como por ejemplo pagar la impresión del diario, en vez de adquirir una prensa propia. Esto produce a seis meses de gestión que haya una deuda de más menos un millón de dólares y el haber adquirido prensa propia significaba seiscientos mil dólares (M. Salazar, Comunicación personal, 07 de octubre de 1998).

Este diario fue mal concebido desde un principio, en el fondo si lo decimos de una manera brutal, fue concebido como una ONG (Organización No Gubernamental). O sea, se pidió plata de afuera, llegó mucha plata, también hubo inversionistas nacionales que ayudaron, pero nunca se fijaron la meta de transformar esto en una empresa, manifestó la representante de los periodistas de *La Epoca* (R. Alcayaga, Comunicación personal, 29 de julio de 1998).

La Epoca se manejó como una sociedad en la que participaban distintos empresarios, cuya gran mayoría pretendía utilizar el diario como medio de influencia, pero nunca se le dio la visión empresarial necesaria que le permitiese competir como empresa periodística, como queda claro en las declaraciones de Filippi:

...yo siempre sostuve una tesis que la mantuve hasta el final: convirtamos esto en una empresa y no en un club de amigos, era un club de amigos con mucha mística, pero muy pobre...las relaciones eran estupendas, al público le gustaba lo que estábamos entregando, pero resulta que la empresa no funcionaba porque había que pagar las cuentas a fin de mes (Comunicación Personal, 06 de octubre de 1998).

Falta de recursos que terminó en momentos bastante precarios para el diario, algunos de ellos aun en Dictadura. La mala administración provocó que en gran parte de las crisis que vivió *La Epoca*, el dinero no alcanzará ni siquiera para pagar los sueldos de los periodistas, “era muy complicado eso del no pago de sueldos y era muy reiterado en los años 89 y 90,

donde los editores tenían que estar sacando el diario solos durante 3 o 4 días consecutivos” agrega el entrevistado Manuel Salazar (Comunicación personal, 07 de octubre de 1998). La escasez de recursos con que se inició el proyecto periodístico a la larga se transformó en un problema permanente para el diario, que no le permitió desarrollarse y cumplir con las expectativas comerciales y periodísticas que se habían creado los fundadores. Según el gerente de producción del *La Epoca*, Julio Palacios,

...se necesitan recursos que permitan por ejemplo hacer una campaña de marketing muy profunda, que trabaje un tiempo prolongado en la desestigmatización y en romper ese cerco que ha sido muy fregado. Los recursos debían haber llegado de empresarios o a través de publicidad estatal, para de esta manera solucionar los problemas económicos y darle un enfoque más interesante en términos periodísticos. Pues según el entrevistado, la forma de enfrentar el libre mercado depende de los recursos y la fuerza que se tenga con el producto (Comunicación personal, 28 de julio de 1998).

La estigmatización ideológica

A la falta de recursos inicial se sumó una estigmatización editorial de *La Epoca* que terminó pasándole la cuenta. El entrevistado Emilio Filippi reafirma lo anterior, sosteniendo que los diarios viven fundamentalmente de los avisos y no de la circulación que tenga. De ahí que *La Epoca* privilegiara tener influencia por sobre la cantidad de ejemplares que vendiera diariamente, “lo importante es que lo que digamos quede. Nosotros apuntábamos al sector pensante del país, y ese sector es minoritario, pero pensamos que, si íbamos al sector pensante, íbamos a tener publicidad” (E. Filippi, Comunicación personal, 06 de octubre de 1998).

Según el exdirector, la carencia de publicidad se debió en gran parte a un “sectarismo” de las agencias de publicidad en la medida que privilegiaban los intereses políticos por sobre los comerciales.

Ahí funcionó el sectarismo de las agencias de publicidad, por ejemplo, la que manejaba la cuenta de *Falabella* hacía política...lo que pasó es que el señor Fernando Silva, que era el director de la agencia de *Falabella* era totalmente pinochetista, entonces él encontró inconveniente publicitar en *La Epoca*, porque se iba a enemistar con Pinochet (E. Filippi, Comunicación personal, 06 de octubre de 1998).

Por su parte, Julio Palacios, también coincide en señalar que los diarios, y *La Epoca* en particular, no se financian por la venta de ejemplares, sino por la publicidad que incluyan. De ahí que para Palacios la falta de publicidad se debió principalmente a la estigmatización del diario.

El diario no vendía publicidad o no vendía la misma que otros diarios. A mi juicio, producto de su origen, a fines de la dictadura militar, cuando ya se podía gritar más fuerte, significó un esfuerzo que de alguna manera estigmatizó al diario” (Comunicación personal, 28 de julio de 1998). Para el ex gerente de producción la línea editorial del diario ayudó a que los grandes avisadores le dieran la espalda a *La Epoca*, “ya sea no entregando publicidad, basados en que su tiraje era bajo o porque el diario es fome, político o demócrata cristiano, en fin excusas no les faltaron”.

Así también, el entrevistado Jorge Donoso plantea que la publicidad en Chile se maneja con criterios ideológicos, ya que hay muchas empresas que favorecen abiertamente a aquellas publicaciones o medios que son afines a su ideología, lo que perjudicó directamente al diario. “Creo que, si *La Epoca* hubiese sido un diario de otro signo, de otra naturaleza, por lo menos en sus comienzos hubiese tenido una ayuda mucho más importante” (Comunicación personal, 30 de julio de 1998).

Rosa Alcayaga, por otro lado, cree que *La Epoca*, en parte, se vio afectada económicamente, debido al reparto poco equitativo de la publicidad estatal. “No puede ser que el gobierno de la Concertación le entregue el noventa por ciento de la publicidad a *El Mercurio* y COPESA. A nosotros, a *La Epoca*, no nos entregaba nada” (Comunicación personal, 29 de julio de 1998).

Los últimos meses de *La Epoca* se transformaron en un esfuerzo desesperado por encontrar un inversionista que lograra salvar al diario.

Luego que *Radio Chilena* decide traspasar sus acciones a los 120 trabajadores del matutino, se realizan cuatro negociaciones que no prosperaron. La primera con el diario *La Nación*; luego con la Federación de Supervisores del Cobre; posteriormente con la sociedad formada por los empresarios Orlando Chacra y Darío Calderón y finalmente con el inversionista Gabriel Cáceres, fracasando todas ellas por diversas razones (*La Nación*, 26 de julio de 1998, p. 8).

Según Carlos Aldunate en algún momento el diario pareció salvarse de la crisis económica gracias a una fuerte y prometedora inversión de publicidad por canje cercana a los 350 millones de pesos. Sin embargo, la información entregada en el diario *La Hora*, en marzo del 98, y que anunciaba el cierre de *La Epoca*, le significó una pérdida de 100 millones en avisos en menos de una semana (*La Nación*, 26 de julio de 1998, p. 8).

Una vez fracasadas las negociaciones, los trabajadores del diario, buscando nuevos recursos, inician vía campaña de adhesión pública con la finalidad de incorporar nuevos suscriptores al diario, haciéndose cargo, incluso, de organizar eventos a beneficio de *La Epoca*. (Revista *Hoy*, número 1097)

Según el entrevistado Carlos Aldunate y en declaraciones hechas a la revista *Carta de Periodistas*, plantea que la última oportunidad del diario estaba en manos del gobierno, ya que debían influir en un eventual préstamo del Banco del Estado.

Tal como se había ayudado a *El Mercurio* y COPESA a principios de los años 80, cuando el gobierno militar se da cuenta que tales medios son necesarios y por lo tanto no hay que dejarlos caer. Para el periódico mensual, editado por el Consejo Nacional del Colegio de Periodistas, el problema de *La Epoca* no fue producto de la calidad o falta de lectores, sino más bien de una especie de complot montado por la publicidad, sosteniendo además que el hecho se agrava cuando se considera que en esta política discriminatoria también participa el Estado (*Carta de Periodistas*. N° 1. 09- 98).

De hecho, según cifras de la Asociación Chilena de Publicidad, Achap, el 89 por ciento de la publicidad colocada después del año 1990 se la llevó el duopolio *Mercurio*- COPESA, concentrando el 89 por ciento de la inversión publicitaria que se hacía en prensa diaria (*Publimatek*, op.cit.).

	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
1	Mercurio	Mercurio	Mercurio	Mercurio	Mercurio	Mercurio	Mercurio	Mercurio	Mercurio	Mercurio
2	La Tercera	La Tercera	La Tercera	La Tercera	La Tercera	La Tercera	La Tercera	La Tercera	La Tercera	La Tercera
3	LUN	La Epoca	LUN	LUN	LUN	LUN	LUN	LUN	LUN	LUN
4	La Epoca	LUN	La Epoca	La Nación	La Nación	La Nación	La Nación	La Cuarta	La Cuarta	La Cuarta
5	La Nación	La Nación	La Nación	La Epoca	La Epoca	La Epoca	La Cuarta	La Epoca	La Epoca	La Nación
6	La Cuarta	La Cuarta	La Cuarta	La Cuarta	La Cuarta	La Cuarta	La Epoca	La Nación	La Nación	La Epoca

Figura 2. Ranking de Diarios según ingresos publicitarios. Fuente *Adlatina* 1999. Elaboración propia (2025).

Conclusiones

Las entrevistas inéditas consideradas en esta investigación fueron realizadas por el autor en los días posteriores al cierre del diario *La Epoca*, 24 de julio de 1998, de ahí que este artículo se transforme en un material muy valioso y trascendente para la historia del periodismo chileno.

La Epoca no sólo fue un diario surgido en Dictadura, cuestión que ya es inusual, también

se transformó en la voz de las minorías, de los jóvenes, de las organizaciones no gubernamentales, de los sectores culturales y de los grupos sin voz como por ejemplo agrupaciones sexo divergentes en temas de género, que no tenían cabida en otros diarios, dada la falta de pluralismo informativo existente. Lo importante es que esto no sólo ocurrió en tiempos del régimen militar, sino también en el período de retorno a la democracia.

Curiosamente es el mismo retorno a la democracia en Chile el que termina por hundir a *La Epoca*. Periódico que surge según sus propios fundadores para contrarrestar el poder mediático de Pinochet, pero también para defender la bandera del NO (plebiscito de 1988), cuestión que se logró frente a todos los malos augurios que hablaban de un posible fraude que potencialmente beneficiara al gobierno militar. Por supuesto, para nadie es un misterio que tras los primeros directores del diario *La Epoca* estaba el partido de la Democracia Cristiana. De hecho, coincidencia o no, el primer presidente de la transición democrática es el demócratacristiano Patricio Aylwin. Sin embargo, esta misma ideología política finalmente se transforma en un elemento que atentará contra la captación de publicidad a nivel nacional, no pudiendo contrarrestar la quiebra, a pesar de los distintos esfuerzos económicos tanto de *Radio Chilena* como de sus propios trabajadores (Figura 2). Ya en torno al análisis de los factores que desencadenaron el cierre de *La Epoca*, las entrevistas realizadas permitieron distinguir algunos a los que en forma más reiterada se refirieron los entrevistados. Considerando que finalmente fueron varias las causas de la quiebra. Destacan un mal manejo empresarial, la escasez de recursos económicos y la no readecuación del proyecto, como los factores más gravitantes en el cierre del diario. A los que se sumarían otros también nombrados por los entrevistados, como son la existencia del duopolio *Mercurio*-COPESA y la falta de publicidad en los últimos años del diario.

En el caso de la falta de visión empresarial, este factor fue el más citado por los entrevistados. Lo que le da un rango de importancia mayor en relación con los otros factores nombrados. Lo que se debe en gran parte a que la mayoría de los entrevistados cree que la desaparición de *La Epoca* se debió a errores de manejo empresarial, ya sean de la última administración o de direcciones anteriores. Hay que considerar, además, que dentro de este factor se incluyen una serie de aspectos relacionados, como son los errores de apreciación, la falta de empresa periodística y una mala política de personal.

En el caso de la no readecuación del proyecto periodístico a la nueva sociedad democrática chilena. Este factor es nombrado por la totalidad de los entrevistados, pero aclarando que no lo catalogan como el más importante, aunque influyó claramente en la captación de publicidad. Es necesario destacar que la no readecuación del proyecto periodístico implica dos elementos asociados, como son la inmutabilidad de la línea editorial del diario y el no adaptarse a los cambios de diseño de la prensa escrita. En el caso de la bibliografía revisada en torno a otros periódicos o revistas de esos años, este factor es citado especialmente por aquellas publicaciones de opinión. En donde se puede hacer un análisis más extenso y profundo con relación al cierre de *La Epoca*.

La falta de pluralismo informativo debido a la dictadura y la existencia del duopolio *Mercurio*-COPESA, fue nombrada especialmente por la bibliografía de opinión no perteneciente a las empresas que forman estos holdings comunicacionales (*A Toda Prensa, La Nación, Carta de Periodistas y Revista Capital*) y que ven a este factor como una amenaza

permanente al pluralismo informativo.

Aun cuando pudiesen existir otros factores o motivos que pudieron haber influido en el cierre del diario, como el boom de la televisión, la pérdida del hábito de lectura o el dinero que significa adquirir el diario todos los días, en realidad dichos motivos son genéricos a todos los medios escritos y por tanto si bien pueden haber influido en el cierre de *La Epoca*, no son causantes directos de él.

Lo que sí no tiene discusión es que *La Epoca* fue un diario comprometido con la verdad, en momentos donde la libertad de expresión era inexistente. Combatió firmemente la falta de pluralismo informativo y las presiones políticas y comerciales de un Chile fragmentado y dominado por el temor en plena dictadura militar, ya terminada tuvo que bregar con los acuerdos comerciales que impedían el ejercicio de un libre periodismo e ideológicamente diferente.

La Epoca finalmente cedió su propiedad a sus trabajadores, pero la suerte ya estaba echada. La falta de reinención periodística de un diario que nace para combatir a Pinochet, sin el enemigo pierde sentido. Más aún, cuando su participación publicitaria frente a la competencia como Copesa y *El Mercurio* era muy escasa. Tras once años de existencia, dejó de circular uno, sino el más, de los diarios que se caracterizó por un periodismo emblemático, valiente y creativo que marcó a toda una época entre los 80 y 90 en Chile.

Referencias

- Adlatina.(1999). Cuadro de inversión publicitaria en medios escritos. 01 de Marzo de 1999.
- Aldunate, C. (1998). *Carta de Periodistas*, (septiembre).
- Allendes, C. (1998). *A Toda Prensa*, (24), septiembre.
- Bando N.º 15. (1973, septiembre 11). Junta de Gobierno.
- Benavides, S. y Sepúlveda, N. (2002). [*Diario La Epoca*]. Tesis de grado, Universidad Diego Portales, Chile.
- Cáceres, L. (1998). *A Toda Prensa*, (24), septiembre.
- Carta de Periodistas. (1998). *Carta de Periodistas*, (1), septiembre.
- Catalán, C. y Sunkel, G. (1990). Comunicaciones y democracia en Chile. *Diálogos*, (29).
- Federación Latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comunicación Social. Colegio de Periodistas. (1998, julio 27). *Declaración pública del Consejo Nacional*.
- Couso, J. (2011). *El mercado como obstáculo a la libertad de expresión: La concentración de la prensa escrita en Chile en la era democrática* (Working Paper N.º 23). Plataforma Democrática.
- Cuadernos de Información. (1990). *Cuadernos de Información*, (6). Pontificia Universidad Católica de Chile.
- El Sur. (1998, mayo 13). Cuerpo 3.
- Hernández Sampieri, R., Fernández, C. C. y Baptista, L. M. (2014). *Metodología de la investigación* (6.ª ed.). McGraw-Hill Interamericana.

- Otano, R. (1998). *Capital*, mayo, p. 120.
- Publimark. (1990). *Publimark*, (31), diciembre.
- Publimark. (1992). *Publimark*, (47), agosto.
- Publimark. (1996). *Publimark*, (93), octubre.
- Sierra, B. (1994). *Metodología de la investigación social*. Editorial Paraninfo.
- Traslaviña, H. (1998). *A Toda Prensa*, (19), abril.

Abstract: This article reconstructs the history of *La Epoca*, one of Chile's most iconic newspapers, which played a pivotal role in shaping the country's return to democracy after 17 years of military dictatorship. The article is based on six in-depth, semi-structured interviews with directors, executive staff, and founders of the newspaper, conducted by one of the authors in the weeks following *La Epoca*'s closure. It also draws on articles and documentary material related to the birth, history, and demise of a newspaper that shaped the cultural and ideological development of a nation committed to democracy. Among the most interesting findings are the characteristics of the structure and journalistic quality of a newspaper dedicated to the truth, contrasted with the political and commercial pressures of a Chile deeply polarized both socially and in terms of media, with two major media conglomerates, Copesa and *El Mercurio*, viewing the development of a different kind of journalism as a threat. A newspaper that would finally close after 11 years under the management of its own employees, a desperate business move that ultimately failed due to the lack of media pluralism.

Keywords: La Epoca – dictatorship – media – Chile – pluralism.

Resumo: Este artigo reconstrói a história de *La Epoca*, um dos jornais mais emblemáticos do Chile, que desempenhou um papel fundamental na transição do país para a democracia após 17 anos de ditadura militar. O artigo baseia-se em seis entrevistas semiestruturadas e aprofundadas com diretores, membros da equipe executiva e fundadores do jornal, conduzidas por um dos autores nas semanas que se seguiram ao fechamento de *La Epoca*. A pesquisa também se fundamenta em artigos e material documental relacionados ao nascimento, à história e ao declínio de um jornal que moldou o desenvolvimento cultural e ideológico de uma nação comprometida com a democracia. Entre as descobertas mais interessantes estão as características da estrutura e da qualidade jornalística de um jornal dedicado à verdade, em contraste com as pressões políticas e comerciais de um Chile profundamente polarizado, tanto socialmente quanto em termos de mídia, com dois grandes conglomerados de mídia, Copesa e *El Mercurio*, encarando o desenvolvimento de um jornalismo diferenciado como uma ameaça. Um jornal que acabou fechando após 11 anos sob a gestão de seus próprios funcionários, uma manobra comercial desesperada que, em última análise, fracassou devido à falta de pluralismo na mídia.

Palavras-chave: La Epoca – ditadura – mídia – Chile – pluralismo.